



Université  
de Lille

**Mémoire de recherche**

**Master Science Politique**

**Parcours Métiers de la recherche en Science politique**

Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales | Université de Lille

Année universitaire 2024-2025

## **Des rédactions saisies par l'environnement.**

Processus d'adoption de nouvelles normes  
journalistiques, l'exemple de la *Charte pour un  
journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*

**Auteur : Woeltz Loris**

Directeur du mémoire :  
Lévêque Sandrine

Membres du jury de soutenance :  
Kaciaf Nicolas, Lévêque Sandrine



## REMERCIEMENTS

Je remercie ma directrice de mémoire, Sandrine Lévêque qui m'a accompagné cette année dans la production de ce mémoire, qui a su se rendre disponible pour m'aiguiller quand il le fallait et me donner les bons conseils.

Je remercie Nicolas Kaciaf qui a répondu à mes questions et m'a aidé dans mon enquête.

Je remercie tous les journalistes qui ont pris le temps de répondre à mes question, malgré des emplois du temps souvent chargés, et qui ont été très ouverts quant à ma démarche de recherche. Merci en particulier à Anne-Sophie Novel, Juliette Quef, Loup Espargilière, Léa Dang, Thomas Bäïetto, Camille Adaoust, Sophie Roland, Steven Jambot, Simon Rozé, Stefanie Schüller et Olivier Aballain.

Je remercie mes camarades de promotion qui ont mis de la joie et de la bonne humeur dans cette année d'étude et de labeur.

Je remercie ma famille et en premier lieu ma Maman pour son soutien inconditionnel. Je remercie Lucas, mon frère, pour ses relectures et son aide.

*J'ai bien pris connaissance des dispositions concernant le plagiat et je m'engage à ce que mon travail de mémoire en soit exempt.*



# TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	7
Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés .....	15
Section 1 : La croissance des débats sur le rôle des médias dans le débat public.....	15
I. Une pression croissante de la société civile .....	15
II. Une « grande conversation » au sein des rédactions.....	18
Section 2 : Des journalistes engagés individuellement dans le journalisme de l'environnement.....	23
I. Profil sociologie des journalistes à l'origine de la <i>Charte</i> .....	23
II. La prise de conscience de l'urgence écologique .....	27
III. La réforme du soi des journalistes dans le cadre professionnel .....	30
Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés .....	33
Section 1 : La mobilisation des journalistes pour produire de nouvelles normes journalistiques .....	33
I. Se mobiliser collectivement pour redéfinir la déontologie journalistique .....	33
II. L'institutionnalisation de pratiques journalistiques critiques .....	38
Section 2 : Apprendre les normes journalistiques : la formation comme enjeu de légitimation des pratiques promues par les rédacteurs de la <i>Charte</i> .....	41
I. Des normes devenues l'identité de la profession .....	42
II. Une enseignement à la fois scientifique et politique, à la fois théorique et pratique .....	43
III. La légitimation de l'écologie au sein de l'espace journalistique .....	48

Chapitre 3 L'Impact de la <i>Charte</i> sur la Production Journalistique .....	51
Section 1 : La légitimation des enjeux écologiques dans les rédactions : la création d'un service Environnement-Climat.....	51
I. Des journalistes légitimés au sein de leur rédaction.....	52
II. Un service dédié au centre des rédactions.....	54
III. Pratiquer un journalisme bas carbone.....	58
Section 2 : Construire le récit d'une écologie désirable.....	62
I. L'enjeu de la repolitisation.....	62
II. Lutter contre les <i>fake-news</i> .....	67
Section 3 : Innover dans les formats : le journalisme de solutions .....	69
Conclusion .....	75
Bibliographie.....	79
Annexes.....	81

## INTRODUCTION

*« La désinformation climatique prospère dans une partie des médias audiovisuels français »<sup>1</sup>*

Le Monde publiait, dans son édition du 11 avril 2025, un article synthétisant le travail mené par Data for Good, Quota Climat et Science Feedback, trois associations spécialisées dans l'analyse du traitement médiatique de l'écologie. Selon l'article, « ces associations ont recensé et analysé 128 cas de désinformation climatique au cours du premier trimestre 2025 ». Leur analyse a été effectuée sur 18 chaînes de télévision et stations de radio. Elles révèlent un phénomène d'une ampleur importante qui est, selon Jean Sauvignon, de Quota Climat, cité dans l'article : un « grave problème démocratique ».

Nous nous trouvons dans un contexte dans lequel les bouleversements liés aux crises climatiques et de la biodiversité sont de plus en plus prégnants et ont un impact de plus en plus important dans la vie quotidienne de tous les citoyens. Il est important de rappeler le consensus scientifique qui existe sur l'existence du dérèglement climatique et sur le déclin de la biodiversité. Les faits établis par les scientifiques, et synthétisés dans les rapports du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) et de la Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES), montrent également que l'origine de ces crises est anthropique : elle est d'origine humaine.

Les bouleversements liés à ces crises écologiques impactent toute la société, dans toutes ses dimensions. Nous nous trouvons à l'ère de l'anthropocène, et l'impact des activités humaines sur l'environnement remet en cause le modèle économique sur lequel est construit notre monde contemporain. Dans ce contexte, il est nécessaire d'apporter des solutions politiques et d'assurer des transformations systémiques qui appellent à la mobilisation de toutes les sphères de nos sociétés. C'est ce que rappelle le GIEC dans le deuxième volet de son sixième rapport :

---

<sup>1</sup> Garric Audrey et Laemle Brice, « Des radios et des télévisions relais de la désinformation climatique », *Le Monde*, n°24 969, 11 avril 2025.

Titre de la version en ligne. URL : [https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/04/10/la-desinformation-climatique-prospere-dans-une-partie-des-medias-audiovisuels-francais\\_6593627\\_3244.html](https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/04/10/la-desinformation-climatique-prospere-dans-une-partie-des-medias-audiovisuels-francais_6593627_3244.html)

FIGURE 1 CHARTE POUR UN JOURNALISME À LA HAUTEUR DE L'URGENCE CLIMATIQUE

# Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique

Le consensus scientifique est clair: la crise climatique et le déclin rapide de la biodiversité sont en cours, et les activités humaines en sont à l'origine. Les impacts sur les écosystèmes et les sociétés humaines sont généralisés et, pour certains, irréversibles. Les limites planétaires sont dépassées l'une après l'autre, et près de la moitié de l'humanité vit déjà en situation de forte vulnérabilité.

Dans son sixième rapport, le Groupe d'experts inter-gouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) insiste sur le rôle crucial des médias pour "cadre et transmettre

les informations sur le changement climatique". Il appartient à l'ensemble des journalistes d'être à la hauteur du défi que représente l'emballement du climat pour les générations actuelles et à venir. Face à l'urgence absolue de la situation, nous, journalistes, devons modifier notre façon de travailler pour intégrer pleinement cet enjeu dans le traitement de l'information.

Tel est l'objet de la présente charte. Nous invitons donc la profession à :

- 1 **Traiter le climat, le vivant et la justice sociale de manière transversale**  
Ces sujets sont indissociables. L'écologie ne doit plus être cantonnée à une simple rubrique; elle doit devenir un prisme au travers duquel considérer l'ensemble des sujets.
- 2 **Faire œuvre de pédagogie**  
Les données scientifiques relatives aux questions écologiques sont souvent complexes. Il est nécessaire d'expliquer les ordres de grandeur et les échelles de temps, d'identifier les liens de cause à effet, et de donner des éléments de comparaison.
- 3 **S'interroger sur le lexique et les images utilisées**  
Il est crucial de bien choisir les mots afin de décrire les faits avec précision et rendre compte de l'urgence. Éviter les images éculées et les expressions faciles qui déforment et minimisent la gravité de la situation.
- 4 **Élargir le traitement des enjeux**  
Ne pas renvoyer uniquement les personnes à leur responsabilité individuelle, car l'essentiel des bouleversements est produit à un niveau systémique et appelle des réponses politiques.
- 5 **Enquêter sur les origines des bouleversements en cours**  
Questionner le modèle de croissance et ses acteurs économiques, financiers et politiques, et leur rôle décisif dans la crise écologique. Rappeler que les considérations de court terme peuvent être contraires aux intérêts de l'humanité et de la nature.
- 6 **Assurer la transparence**  
La défiance à l'égard des médias et la propagation de fausses informations qui relativisent les faits, nous obligent à identifier avec précaution les informations et les experts cités, à faire apparaître clairement les sources et à révéler les potentiels conflits d'intérêts.
- 7 **Révéler les stratégies produites pour semer le doute dans l'esprit du public**  
Certains intérêts économiques et politiques œuvrent activement à la construction de propos qui trompent la compréhension des sujets et retardent l'action nécessaire pour affronter les bouleversements en cours.
- 8 **Informers sur les réponses à la crise**  
Enquêter avec rigueur sur les manières d'agir face aux enjeux du climat et du vivant, quelle que soit leur échelle d'application. Questionner les solutions qui nous sont présentées.
- 9 **Se former en continu**  
Pour avoir une vision globale des bouleversements en cours et de ce qu'ils impliquent pour nos sociétés, les journalistes doivent pouvoir se former tout au long de leur carrière. Ce droit est essentiel pour la qualité du traitement de l'information: chacun·e peut exiger de son employeur d'être formé·e aux enjeux écologiques.
- 10 **S'opposer aux financements issus des activités les plus polluantes**  
Afin d'assurer la cohérence du traitement éditorial des enjeux du climat et du vivant, les journalistes ont le droit d'exprimer sans crainte leur désaccord vis-à-vis des financements, publicités et partenariats média liés à des activités qu'ils jugent nocives.
- 11 **Consolider l'indépendance des rédactions**  
Pour garantir une information libre de toute pression, il est important d'assurer leur autonomie éditoriale par rapport aux propriétaires de leur média.
- 12 **Pratiquer un journalisme bas carbone**  
Agir pour réduire l'empreinte écologique des activités journalistiques, en utilisant notamment des outils moins polluants, sans pour autant se couper du nécessaire travail de terrain. Inciter les rédactions à favoriser le recours aux journalistes locaux.
- 13 **Cultiver la coopération**  
Participer à un écosystème médiatique solidaire et défendre ensemble une pratique journalistique soucieuse de préserver de bonnes conditions de vie sur Terre.

[chartejournalismeeologie.fr](http://chartejournalismeeologie.fr)

## Introduction

« Le développement résilient au climat est facilité par la coopération internationale et par les gouvernements en travaillant à tous les niveaux avec les communautés, la société civile, les organismes de formation, les institutions scientifiques et autres, les médias, les investisseurs et les entreprises, et en développant des partenariats avec les groupes traditionnellement marginalisés, notamment les femmes, les jeunes et les populations autochtones, les communautés locales et les minorités ethniques (confiance élevée). »<sup>2</sup>

Les médias en font partie et ont un rôle particulier à jouer : ils « cadrent et transmettent les informations sur le changement climatique. Ils ont un rôle crucial dans la perception qu'en a le public, sa compréhension et sa volonté d'agir ».

Dans ce contexte, des journalistes prennent conscience des attentes et des enjeux et se saisissent de plus en plus des questions environnementales. Plusieurs événements ont marqué la médiatisation de l'écologie : la COP21 à Paris en novembre 2015 ou encore le Mouvement Climat marquée par les grèves scolaires pour le climat de 2019.

Les journalistes se mobilisent alors pour répondre aux attentes et s'engager auprès des publics et de la profession « pour être à la hauteur de l'urgence climatique ». Cette mobilisation prend la forme d'une charte (Figure 1). Celle-ci est publiée le 14 septembre 2022 à l'occasion d'une soirée organisée pour la présenter. Elle a été signée par plus de 2 000 journalistes et plus de 200 rédactions. La charte a ainsi un impact retentissant au sein de la profession et est un marqueur des évolutions qu'elle connaît.

C'est le fruit de la mobilisation d'un collectif d'une trentaine de journalistes, sous l'impulsion du média indépendant Vert.eco. Cette mobilisation n'est pas une action pour porter le climat dans le débat politique, mais pour transformer le traitement médiatique de l'écologie. Les journalistes partent en effet du constat d'un manque quantitatif et qualitatif des sujets liés au climat et à la biodiversité dans les médias en général, ce que dénoncent des associations et collectifs de citoyens comme Quota Climat.

Jean-Baptiste Comby avait dès les années 2000 mené des études sur le traitement médiatique et politique du climat. Dans son travail, il a pu montrer que le climat, comme problème public, a été un enjeu dépolitisé : c'est-à-dire présenté comme lié à une responsabilité individuelle plutôt que comme un problème collectif, structurel

---

<sup>2</sup> 6<sup>ème</sup> rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, 2022.

lié à des logiques économiques et sociales et qui appellerait des réponses politiques<sup>3</sup>. Cette dépolitisation est également le fait de l'institutionnalisation de la spécialité des journalistes environnementaux. En effet, cette institutionnalisation est le fruit d'une transformation de la sociologie de ces journalistes. Si jusque dans les années 1990, les journalistes environnementaux s'appuyaient principalement sur leur réseau auprès de collectifs militants et écologistes, à partir des années 2000, pour se légitimer, les nouveaux journalistes chargés de ces questions mettent en avant plutôt leurs expertises techniques et scientifiques, au détriment d'une lecture politique et sociale des enjeux liés à l'environnement<sup>4</sup>. Nicolas Hubé montre que des facteurs exogènes comme la pression économique et des facteurs endogènes comme les rapports de force à l'intérieur des rédactions contraignent les journalistes à se professionnaliser et à abandonner leurs rapports politiques vis-à-vis de leur métier<sup>5</sup>.

Ensuite, Laurent Thiong-Kay a montré comment l'engagement des journalistes, en particulier sur les enjeux environnementaux, souvent de la part des médias alternatifs, brouille les frontières de la profession. Étudiant la médiatisation de l'opposition au barrage de Sivens, il montre que les journalistes engagés sur les questions environnementales et les militants qui veulent contourner les médias dominants dans leur communication vont se confondre dans un réseau commun hybride<sup>6</sup>.

Or ce qui caractérise les journalistes de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*, c'est une mobilisation pour transformer la profession journalistique elle-même. Laure Beaulieu a, elle, étudié la mobilisation de journalistes femmes dans une rédaction de presse nationale et montré comment ont été saisies les enjeux liés à #MeToo à l'intérieur de celle-ci. Elle montre comment le contexte post #MeToo a diffusé et relégitimé des idées féministes, et comment cela a entraîné des transformations dans les normes et les pratiques journalistiques concernant les

---

<sup>3</sup> Comby Jean Baptiste, 2015. *La question climatique. Genèse et dépolitisation d'un problème public*. Paris, Raisons d'agir.

<sup>4</sup> Comby Jean-Baptiste, 2009. «Quand l'environnement devient 'médiatique'», *Réseaux*, n°157-158, p.165.p. 157-190.

<sup>5</sup> Hubé Nicolas, 2010. « La 'professionnalisation' sous contrainte de la presse alternative », in Lévêque Sandrine et Ruellan Denis (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, PUR, p. 91-108.

<sup>6</sup> Thiong-Kay Laurent, 2020. La production médiatique de l'opposition au barrage de Sivens sur internet : entre reconfigurations info-communicationnelles et repolitisation de l'enjeu local, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bousquet Franck et Smyrniaios Nikos. Toulouse, Université de Toulouse 3 – Paul Sabatier.

questions de genre et de féminismes. Elle a pu révéler que ce contexte met en exergue les différentes conceptions du féminisme et de l'excellence journalistique au sein de la rédaction<sup>7</sup>.

Si les enjeux liés aux féminismes ont été saisis dans le contexte post #MeToo par des journalistes et des rédactions, impliquant des évolutions de normes et de pratiques, il peut être pertinent de s'interroger sur la saisie des enjeux écologiques au travers de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* par des journalistes dans un contexte où les bouleversements liés aux crises environnementales sont de plus en plus sensibles et visibles.

### **De quelles manières la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* publiée en 2022 a-t-elle impacté l'espace journalistique français ?**

Cette question implique d'intégrer l'engagement des journalistes au sein de leur profession comme un engagement pour soutenir la cause environnementale. Il s'agit de comprendre en quoi la prise de conscience du rôle que peuvent jouer les journalistes dans ce contexte impacte leurs pratiques individuelles et collectives. Il s'agit également de questionner l'impact que cela peut avoir sur le produit du travail journalistique.

Pour répondre à cette question, je vais revenir sur le processus qui a accompagné la conception, la promotion et les impacts de la *Charte* et de l'engagement des journalistes pour l'amélioration du traitement médiatique de l'écologie :

- Ma recherche tentera d'apporter un éclairage sur les dispositions des acteurs qui sont engagés sur la charte.
- Je tenterai également de montrer quels mécanismes régissent la production et la promotion des normes contenues dans la charte et en quoi elles participent d'un mouvement plus large de saisie par un ensemble d'acteurs (journalistes, encadrements intermédiaires, formateurs, etc.) des questions écologiques.

---

<sup>7</sup> Beaulieu Laure, 2024. *Ce que #MeToo fait au travail journalistique : ethnographie d'une rédaction de presse écrite nationale*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bereni Laure et Blandin Claire. Paris, Université Sorbonne Paris Nord.

- Enfin, je tenterai de comprendre comment ces mobilisations impactent à la fois la pratique journalistique, entendue comme le fonctionnement des rédactions, et le traitement médiatique de l'écologie.

Cette recherche prend le contre-pied de l'approche que j'ai pu suivre pour mon mémoire de M1. S'il s'agissait de comprendre comment les acteurs politico-médiatiques ont construit un récit visant à décrédibiliser une lutte environnementale, la présente étude s'intéresse inversement aux acteurs qui se mobilisent, au sein de l'espace journalistique pour une meilleure représentation des problématiques écologiques dans les médias.

Je m'appuierai dès lors sur une ethnographie par entretien des journalistes qui sont engagés pour un meilleur traitement médiatique de l'écologie. J'ai donc réalisé onze entretiens avec dix journalistes différents. Sept d'entre eux ont participé, de près ou de loin, à la rédaction et à la promotion de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*. Deux d'entre eux travaillent au sein du service Environnement Climat nouvellement créé à RFI. Le dernier est directeur des formations aux journalisme à l'ESJ Lille. Ces entretiens ont essentiellement été réalisés par téléphone. J'ai interrogé les journalistes dont j'ai pu obtenir le contact sur Internet ou via leurs collègues et qui ont accepté de répondre à mes questions.

Ces entretiens ont pour objectif de comprendre le parcours des journalistes, leurs points de vue sur leur rôle dans le contexte de crises écologiques, et d'avoir leur témoignage sur leur manière de travailler individuellement et collectivement sur les questions liées à l'environnement. Ces entretiens me permettent donc, à défaut de pouvoir réaliser des observations, d'avoir des éléments sur le vécu des journalistes et sur la vision qu'ils portent de ce que doit être leur pratique par rapport à la manière dont ils pensent la vivre. Étant donné qu'une partie d'entre eux a également des activités de formation, les entretiens me permettent d'obtenir des témoignages sur l'impact de celles-ci dans la promotion des normes contenues dans la *Charte*.

Aussi, les entretiens menés auprès des journalistes de RFI, qui n'ont pas tous participé à la rédaction de la charte, mais dont la rédaction est signataire, me permettent de comprendre les impacts de la saisie des enjeux écologiques sur

## Introduction

l'organisation de la rédaction et les impacts que cela a sur les pratiques individuelles des journalistes.

Je m'appuie en complément de ces entretiens sur un travail d'archive et de revue de presse qui me permet d'accéder aux discours des acteurs que je n'ai pas pu interroger, mais également comprendre quelles sont les prises de position publiques des journalistes engagés. Grâce à ce travail, je peux également comparer et recontextualiser les initiatives des journalistes que j'interroge dans un spectre plus large d'actions initiées par divers acteurs de l'espace journalistique. Enfin, il me permet de constater comment se concrétise l'engagement des journalistes.

Mon enquête met en exergue la manière par laquelle les journalistes se saisissent des enjeux liés à l'environnement. Cette manière particulière a un impact direct sur la place de l'écologie dans l'espace journalistique. Les journalistes engagés se trouvent tiraillés entre la nécessité de s'engager sur les questions environnementales et la nécessité de garder une distance vis-à-vis de leur sujet pour garder une certaine légitimité. Les journalistes qui ont pris conscience du rôle qu'ils ont à jouer dans le contexte de crises écologiques imposent et promeuvent des normes qui s'imposent peu à peu à une grande partie de la profession. Ces normes et pratiques légitiment la position de l'écologie dans l'espace médiatique mais également les journalistes spécialisés qui obtiennent une place plus ou moins centrale dans leurs rédactions.

Ces transformations impliquent le développement d'un récit, d'un narratif qui met en avant une « écologie désirable » dans le traitement qui est fait de l'environnement. Ce récit est porté par les acteurs engagés – en partie pour faire face à un récit anti-écologique produit dans des médias concurrents – et est rendu possible par l'innovation éditoriale et la mise en avant d'un journalisme de solutions.

Il importe alors de recontextualiser la mobilisation des journalistes en faveur de la *Charte* dans un contexte plus large de mobilisation de toute une partie de la profession pour répondre aux pressions et attentes sur ces enjeux. Il s'agit alors de comprendre qui sont les journalistes à l'origine de ces initiatives.

La mobilisation prend la forme de la production et de la promotion de nouvelles normes journalistiques qui mettent en avant une pratique critique du journalisme. La promotion des normes est essentiellement le fruit du travail de formation de l'ensemble des journalistes et apprentis journalistes et de faire intégrer des réflexes et routines liés au travail des enjeux environnementaux.

Enfin, ces initiatives ont un impact direct sur la pratique du journalisme : par la transformation des rédactions et la façon par laquelle la saisie des problématiques écologiques se traduisent au sein de celles-ci ; par la production d'un récit qui rend l'écologie désirable et par la mise en avant d'un journalisme de solutions.

# **CHAPITRE 1 : L'APPARITION DU DÉBAT SUR LE RÔLE DES JOURNALISTES FACE AUX CRISES ÉCOLOGIQUES : UNE OPPORTUNITÉ POUR DES JOURNALISTES ENGAGÉS**

Il est avant tout nécessaire de comprendre quelles sont les raisons qui permettent d'expliquer l'émergence de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* ainsi que son impact sur la profession. La *Charte* a été signée par plus de 2 000 journalistes, plus de 200 rédactions, l'ensemble des écoles de journalisme reconnues par la profession et a été lancée aux prémices d'un moment où de nombreux médias et journalistes ont annoncé leurs propres initiatives en faveur d'un meilleur traitement médiatique des enjeux de climat et de biodiversité dans leur travail. Cette charte est le fruit d'un contexte particulier et du travail de certains acteurs du champ médiatique engagés dans leur travail sur les questions écologiques.

## **Section 1 : La croissance des débats sur le rôle des médias dans le débat public**

La *Charte* a été dévoilée le mercredi 14 septembre 2024 lors d'une soirée de présentation qui lui a été dédiée et à laquelle ont participé certains journalistes qui ont contribué à la conception du texte ainsi que des acteurs non-journalistes comme des scientifiques du Giec ou encore des représentants des collectifs citoyens mobilisés pour une meilleure représentation des enjeux climatiques dans les médias. Cette soirée de présentation était ouverte au public, principalement composée de journalistes.

Cette initiative a été lancée dans un contexte particulier qui a d'une part conduit à la rédaction même de la charte et d'autre part eu un impact important au sein du milieu journalistique. L'importance grandissante de l'urgence climatique et sa prise de conscience ont questionné le rôle des médias dans le débat public et au sein de la profession des journalistes. La charte est ainsi le fruit de ce contexte ainsi que des efforts de différents acteurs engagés.

### **I. Une pression croissante de la société civile**

Il est important de revenir sur le contexte dans lequel l'initiative d'élaborer une charte est prise. En 2022, le rôle des médias face à l'urgence climatique va en effet être

réinterrogé de manière croissante. Juliette Quef, journaliste fondatrice du média *Vert.eco* développe en entretien :

« Je pense qu'il y a un point important dans le contexte de naissance de la *Charte* c'est toutes les discussions qui avaient lieu à la fois dans le monde scientifique et dans le monde militant, en tout cas dans la société civile. En gros, il y a une pression qui, dans ces années-là, va partir de la société civile avec la création de collectifs citoyens, type 'Plus de climat dans les médias', type 'Quota Climat' etc. qui se saisissent de cette question et qui vont commencer à alpaguer les journalistes et à dire 'ça, ce n'est pas un traitement à la hauteur de l'urgence écologique', 'ça c'est bien, c'est un traitement à la hauteur de l'urgence écologique' etc. »<sup>8</sup>

La journaliste nous explique ici que les membres de sa profession font face à partir de 2022 à des pressions croissantes pour qu'ils améliorent leur manière de traiter les sujets écologiques dans la presse écrite et audiovisuelle. Il est important de rappeler que le début de cette année était marquée par deux événements qui mettent en avant le manque de débat sur les enjeux environnementaux : le film *Don't look up*<sup>9</sup> et la campagne pour l'élection présidentielle. Ces deux éléments sont en effet évoqués pour montrer que les journalistes, comme les politiques, ne sont pas à la hauteur des enjeux ; les collectifs citoyens tout comme les scientifiques le dénoncent en mobilisant ces deux illustrations.

Le film *Don't look up* a été décrit et médiatisé comme une « allégorie du défi climatique »<sup>10</sup>. C'est en effet l'histoire de deux astronomes qui découvrent qu'une comète se dirige droit vers la Terre et qui font face à l'indifférence des médias, des politiques et du grand public alors qu'ils annoncent la fin du monde. Les citoyens vont alors se saisir de ce film pour se mobiliser en faveur d'une meilleure prise en compte des enjeux écologiques dans le débat public. En mars 2022, un week-end de mobilisation citoyenne prend pour mot d'ordre « Look up ! » pour « pousser l'ensemble des candidats à la présidentielle mais aussi les médias, dirigeants de multinationales ou 'experts' économiques 'à redresser la tête, à regarder le dérèglement climatique en face' »<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> Entretien téléphonique avec Juliette Quef, février 2025.

<sup>9</sup> *Don't Look Up : Déni cosmique*, réalisé par Adam McKay, 2021.

<sup>10</sup> Meslet, Emilio. « Don't Look Up, confortable miroir de notre déni », *L'Humanité*, n° 23 350, vendredi 7 janvier 2022, p. 3.

<sup>11</sup> Schaub, Coralie, « Un week-end pour 'regarder le dérèglement climatique en face' », *Libération*, n° 12 667, samedi 12 mars 2022, p. 16.

## Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés

Le monde scientifique s'empare également de ce film pour alerter sur la nécessité de plus et mieux intégrer les enjeux environnementaux dans le débat public, notamment en période électorale. Le 1<sup>er</sup> février 2022, *Franceinfo* publie sur son site internet une tribune signée par plus de 1 400 scientifiques pour appeler « les candidats à la présidentielle et les médias à sortir 'des discours de l'inaction' »<sup>12</sup>. Ils exercent ainsi une pression sur les journalistes pour que ceux-ci prennent à bras le corps les questions de climat et de biodiversité dans leur traitement de la campagne présidentielle.

L'absence de débat public autour de ces enjeux est également déplorée par les collectifs citoyens alors récemment formés. Juliette Quef, lors de notre entretien, évoque la pression de deux collectifs citoyens : *Plus de climat dans les médias* et *Quota Climat*. Ils ont été respectivement créés en décembre 2021 et en janvier 2022. Dans un ouvrage qu'Anne-Sophie Novel marraine – elle est par ailleurs la journaliste qui a été chargée de coordonner la conception de la *Charte*, alors qu'elle était de passage à *Vert* pour renforcer la rédaction pendant la campagne présidentielle – cette dernière indique que :

« Au sein des rédactions, leur façon de distribuer bons et mauvais points n'est pas sans créer quelques remous, mais elle a le mérite de demander à la profession de rendre des comptes sur un enjeu qui n'occupe généralement que 2 à 5 % du volume médiatique, là où la pandémie de Covid a su occuper 70 % du temps médiatique durant le confinement ! »<sup>13</sup>

La pression envers les journalistes venant de la société civile est aussi illustrée, au début d'année 2022 par le baromètre sur la place des questions climatiques lors de la campagne présidentielle publiée chaque semaine par l'Affaire du siècle (qui regroupe Notre affaire à tous, Greenpeace France, la Fondation pour la nature et l'homme ainsi que Oxfam France). Ce baromètre révèle que le sujet climatique a occupé au maximum 5 % du temps médiatique pendant la présidentielle<sup>14</sup>. Il est important de noter que trois

---

<sup>12</sup> Tribune, « Crise environnementales : 1 400 scientifiques appellent les candidats à la présidentielle et les médias à sortir 'des discours de l'inaction' », *Franceinfo.fr*, publié le mardi 1<sup>er</sup> février 2022. URL : [https://www.franceinfo.fr/environnement/crise-climatique/tribune-crisis-environnementales-1-400-scientifiques-appellent-les-candidats-a-la-presidentielle-et-les-medias-a-sortir-des-discours-de-l-inaction\\_4930099.html](https://www.franceinfo.fr/environnement/crise-climatique/tribune-crisis-environnementales-1-400-scientifiques-appellent-les-candidats-a-la-presidentielle-et-les-medias-a-sortir-des-discours-de-l-inaction_4930099.html)

<sup>13</sup> Novel, Anne-Sophie, *Le monde du journalisme face à l'urgence écologique. Récits engagés*, Paris, Éditions La Plage, p. 8.

<sup>14</sup> Lepeltier Gwenaëlle. « Au plus fort de la campagne, le climat n'a représenté que 5,38 % du temps médiatique », *Onclusive*, 29 avril 2022. URL : <https://onclusive.com/fr/resources/blog/la-place-du-climat-dans-la-presidentielle/>

Le baromètre utilise s'appuie sur un corpus comprenant 43 supports de presse écrite, à la fois de la Presse Quotidienne Nationale, Régionale et de la Presse Magazine Nationale, 27 journaux et émissions TV et 20 sites internet d'information. Il utilise une Unité de Bruit Médiatique. Détails de la méthodologie : [https://laffairedu siecle.net/wp-content/uploads/2022/02/Méthodologie\\_Onclusive\\_UBM-2022.pdf](https://laffairedu siecle.net/wp-content/uploads/2022/02/Méthodologie_Onclusive_UBM-2022.pdf)

associations de journalistes (l'Association des journalistes de l'environnement (AJE), l'Association des journalistes-écrivains pour la nature et l'écologie (JNE) et l'Association des journalistes scientifiques de la presse d'information (AJSPI)) avaient déjà appelé la profession à s'emparer de cet enjeu, ce qu'ils jugeaient « d'autant plus important en cette période de campagne électorale »<sup>15</sup>.

La pression envers les journalistes est d'autant plus grande que le premier volet du sixième rapport du GIEC, explique que « Les médias jouent un rôle crucial dans la formation des perceptions, de la compréhension et de la volonté du public à agir vis-à-vis du changement climatique »<sup>16</sup>. Ce volet est sorti en août 2021, soit bien avant que la conception de la charte ne commence. Le préambule de la *Charte* reprend d'ailleurs le GIEC pour être légitimé : « Dans son sixième rapport, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) insiste sur le rôle crucial des médias pour 'cadre et transmettre les informations sur le changement climatique'. »

La *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* est publiée le 14 septembre 2022. Nous l'avons vu, cela se fait dans un contexte de pression par la société civile sur les journalistes afin d'agir dans le sens d'un meilleur traitement des sujets liés au climat et à la biodiversité. Il est important de voir alors que la rédaction de cette charte se trouve parmi les premières initiatives prises par les journalistes dans une série d'engagements qui débute à partir de la rentrée 2022. Nous pouvons voir dans cette série d'actions la présence d'une grande conversation au sein des rédactions.

## II. Une « grande conversation »<sup>17</sup> au sein des rédactions

La *Charte* que nous étudions est donc annoncée dans un contexte dans lequel une partie des journalistes s'interrogent sur leurs pratiques et sont volontaires à s'engager à transformer les leurs. Pour bien recontextualiser cette réflexion, il est opportun de voir que la *Charte* est autant le fruit de diverses inspirations comme le travail mené par les journalistes allemands et autrichiens ou par le collectif Prenons la Une pour l'égalité de genre dans les médias que la grande sœur d'une série d'initiatives

---

<sup>15</sup> Tribune, « Journalistes, nous devons mieux couvrir la crise écologique », *Reporterre.net*, publié le lundi 14 janvier 2022. URL : [https://reporterre.net/Journalistes-nous-devons-mieux-couvrir-la-crise-ecologique?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=nl\\_quotidienne](https://reporterre.net/Journalistes-nous-devons-mieux-couvrir-la-crise-ecologique?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=nl_quotidienne)

<sup>16</sup> 1<sup>er</sup> volet du 6<sup>ème</sup> rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, 2021.

<sup>17</sup> Formule utilisée par Juliette Quef (Entretien téléphonique, février 2024)

## Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés

prises par une partie des rédactions et des médias français en faveur d'un meilleur traitement médiatique des enjeux environnementaux.

### A. Les influences de la *Charte*

Répondant à mes questions, Anne-Sophie Novel m'a indiqué :

« On était très inspiré par une initiative des journalistes allemands et autrichiens qui n'avaient pas fait une charte mais une initiative un peu similaire au même moment et aussi par Prenons la Une. »<sup>18</sup>

Anne-Sophie Novel explique en entretien que pour concevoir la *Charte*, les journalistes se sont inspiré, notamment, de l'expérience de deux initiatives qui ont également eu pour objectif de transformer les pratiques journalistiques.

La charte française est ainsi inspirée par les travaux menés par les Réseaux autrichiens et allemands de journalisme climatique<sup>19</sup>. Il s'agit de collectifs de journalistes créés entre 2020 et 2021 par des journalistes et des universitaires et qui se présentent avec l'objectif de faire progresser le discours climatique dans les médias. En avril 2022, ils présentent ensemble une charte pour le journalisme climatique<sup>20</sup>. Cette charte pose les bases, selon ses auteurs, de ce que doit être le rôle du journalisme dans le contexte de crise climatique dans laquelle nous nous trouvons.

Il est intéressant de constater que les chartes austro-allemande et française ont des similitudes comme la nécessité de « s'opposer aux financements issus des activités les plus polluantes »<sup>21</sup> ou encore de « questionner le modèle de croissance et ses acteurs économiques, financiers et politiques, et leur rôle décisif dans la crise écologique »<sup>22</sup>.

Aussi, la conception de la *Charte* est inspirée du travail mené par des collectifs de journalistes et de la société civile pour mettre en avant l'égalité de genre au sein des rédactions ainsi que pour sensibiliser les journalistes au traitement des violences

---

<sup>18</sup> Message vocal envoyé par Anne-Sophie Novel, février 2025

<sup>19</sup> Réseaux de journalistes environnementaux autrichiens et allemands, formés pour le premier en octobre 2020 et en été 2021 pour le second.

<sup>20</sup> Le texte intégrale de la charte des journalistes allemands et autrichiens : <https://klimajournalismus.de/de/charta> (version anglaise disponible en annexe)

<sup>21</sup> Point 10 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*. La charte des journalistes allemands et autrichiens assume elle la responsabilité des éditeurs et diffuseurs pour se désinvestir des publicités issus des combustibles fossiles (Point 5)

<sup>22</sup> Point 5 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*. Selon la charte des journalistes allemands et autrichiens, « Le Nord Global porte une responsabilité historique dans la crise climatique à travers le colonialisme et le paradigme de croissance de ses économies. Le journalisme climatique le reconnaît et confronte les responsables au fait qu'ils conduisent le monde vers une catastrophe irréversible s'ils n'agissent pas de manière décisive dans les années à venir. » (Traduction libre du Point 8, version originale : « *Der Globale Norden trägt durch den Kolonialismus und das Wachstumsparadigma seiner Ökonomien historisch die Verantwortung für die Klimakrise. Klimajournalismus erkennt diese Fakten an und konfrontiert die Verantwortlichen damit, dass sie die Welt in eine irreversible Katastrophe steuern, wenn sie in den nächsten Jahren nicht entschieden handeln.* »)

sexistes et sexuelles. Si Anne-Sophie Novel évoque le travail du collectif Prenons la Une, Thomas Baietto, journaliste à France Télévisions qui a participé à la rédaction de la *Charte*, explique, lui, que :

« Ce travail-là, toute proportion gardée bien sûr, je trouve qu'il est assez similaire à ce qui a pu être fait par le collectif Nous Toutes autour de comment on parle des violences sexistes et sexuelles dans les médias, pareil, on constate qu'on en parle pas correctement, pas avec les bons mots, pas de la bonne manière, et qu'il faut mettre les choses noir sur blanc pour des gens qui ne sont pas forcément familiers avec ces questions-là. C'est ce qui nous a guidé. [...] Cet exemple, ça a été une inspiration »<sup>23</sup>

Il y a en effet des similitudes dans les approches qu'ont eu les journalistes dans leur combat pour sur les enjeux d'égalité de genre et sur les enjeux environnementaux. Là encore, l'objectif est de transformer pleinement les pratiques journalistiques, que ce soit dans la manière d'utiliser les mots, de traiter les informations que dans l'organisation des rédactions. Par exemple, un des combats de Prenez la Une, nous explique Laure Beaulieu est de « cesser d'utiliser le terme 'crime passionnel' »<sup>24</sup>. Il s'agit là de transformer la pratique journalistique par l'imposition d'une norme sur l'usage des mots. L. Beaulieu explique ainsi que qualifier, c'est « une pratique journalistique et, changer la manière de qualifier, c'est changer la manière d'exercer son métier, changer ses pratiques professionnelles. »<sup>25</sup> De la même façon – et comme nous le verrons de manière plus approfondie dans la suite de ce mémoire – la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* préconise de « bien choisir les mots afin de décrire les faits avec précision et rendre compte de l'urgence. Éviter les images éculées et les expressions faciles qui déforment et minimisent la gravité de la situation »<sup>26</sup>.

La *Charte* a ainsi été élaborée dans un contexte particulier et suivant une certaine méthode déjà utilisée sur d'autres initiatives portant sur le même sujet à l'étranger ou sur une autre thématique en France. Il était pertinent pour les journalistes de s'engager de cette manière pour transformer en profondeur la manière de faire du journalisme dans le contexte d'urgence écologique.

---

<sup>23</sup> Entretien téléphonique avec Thomas Baietto, mars 2025.

<sup>24</sup> Beaulieu Laure, 2024. *Thèse citée*, p. 402

Giuseppina Sapio note qu'« un nombre assez important d'articles de presse est alors publié avec l'objectif d'interroger la légitimité de l'usage du mot 'féminicide', tout en reconnaissant l'ambiguïté d'expressions telles que 'crime passionnel', 'drame conjugal', 'coup de folie', souvent mobilisées par les médias »

Sapio Giuseppina, 2019. « L'amour qui hait. La formule 'crime passionnel' dans la presse française contemporaine ». *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours* [en ligne], n°47.

<sup>25</sup> Beaulieu Laure, 2024. *Thèse citée*, p. 400.

<sup>26</sup> Point 3 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

## **B. Une initiative pionnière en France sur l'écologie**

Si la *Charte* s'est inspirée d'initiatives passées pour tenter de transformer les normes journalistiques, elle est elle aussi devenue la grande sœur d'un certain nombre d'initiatives en faveur d'un changement profond dans le traitement médiatique de l'écologie au sein d'une partie du champ journalistique. Ces différentes initiatives montrent l'existence d'un contexte de prise de conscience de la nécessité de réinterroger le travail journalistique au sein de la profession à l'aune des enjeux écologiques.

Tout d'abord, pour comprendre l'impact de la *Charte*, il est intéressant de remarquer que ses concepteurs ont décidé d'attendre la rentrée 2022 pour publier le produit de leur travail alors qu'il était déjà achevé au début de l'été 2022. Sophie Roland – qui a travaillé pendant plus de 20 ans en tant que journaliste dans des grandes rédactions de l'audiovisuel et est aujourd'hui formatrice sur les questions climat et biodiversité – explique :

« On s'est dit, on la lance à la rentrée, et on verra ce qui se passe cet été, on la lancera avec une tribune. [...] l'été 2022 est dingue. [...] Succession de canicules, vagues de chaleur, incendies en Gironde. Enfin, un été cataclysmique en fait, et qui est aussi un été de prise de conscience des journalistes et des rédacteurs en chef. [...] c'est comme si cet été 2022 avait été une prise de conscience dans les médias, parce que je pense qu'il y a eu des débats en interne, qu'on ne peut plus continuer à couvrir ça comme ça, il faut qu'on se forme. Et nous, on s'est dit, c'est à ce moment-là qu'il faut qu'on sorte la *Charte*, et on l'a sortie, et je pense que c'est ce qui a fait son succès et surtout à ce qu'on en parle parce qu'il y a eu cet été cataclysmique et donc on est arrivé à un moment où d'autres médias avait déjà compris le truc, et s'étaient dit 'il faut qu'on s'empare de ça davantage parce qu'il y a une demande aussi de nos concitoyens de mieux comprendre' donc effectivement le tournant environnemental de *Radio France* et puis notre charte qui arrive. C'est un petit contexte un peu dingue. »<sup>27</sup>

Sophie Roland nous rappelle ainsi un élément de contexte important dans lequel sort la *Charte* : l'intensité des incendies de l'été 2022 qui agissent comme révélateur pour un certain nombre de journalistes et de rédactions sur la nécessité de changer leur manière de travailler. Il y a dans ce contexte une prise de conscience de la part des journalistes qui mettent en avant la nécessité de se former et de réinterroger leur manière de traiter les enjeux écologiques. Cette idée est renforcée par l'accélération des appels à la formation que Sophie Roland reçoit à partir de la rentrée 2022. Si au début

---

<sup>27</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025

de l'année, elle a construit un plan de formation pour France Télévisions, la prise de conscience de l'été 2022 a ajouté des nouvelles demandes de formation. Elle précise ainsi :

« C'est-à-dire que moi, en fait, avant cet été, 2022, j'avais juste décroché *France Télévision* en termes de formation, et à partir de la rentrée, je suis appelé par *Imagine 2050* pour aller former *TF1*, on a signé, mais en trois semaines le plan de formation. »<sup>28</sup>

Juliette Quef, dont le média *Vert.eco* a pour activité la formation des journalistes sur les enjeux écologiques, explique, elle :

« À Vert, on a formé quelques 500 journalistes entre 2022 et 2024 donc c'est juste énorme en fait on a formé tous les écolos du *Parisien*, *RFI*, *France 24*, on est intervenu à la *RTBF*, etc. donc il y a beaucoup beaucoup eu de moyens qui ont été mis sur la table pour faire monter des journalistes en compétence sur ces enjeux-là. »<sup>29</sup>

Nous pouvons nous rendre compte que la *Charte* est publiée dans un contexte très particulier à la fois de grandes pressions envers les journalistes, de prise de conscience d'une partie de la profession et alors que les grands médias ont des moyens à allouer à la formation de leurs journalistes sur ces enjeux. La *Charte* sort ainsi au milieu d'une fenêtre d'opportunité qui favorise son impact au sein de la profession. Juliette Quef se félicite ainsi de « l'effet cliquet »<sup>30</sup> auquel la *Charte* a pu participer au sein des rédactions sur les enjeux environnementaux, certains médias pour lesquels il est difficile de signer une charte extérieure à leur entreprise ayant à leur tour produit leurs propres textes d'engagement sur ces questions à l'image de la « Charte Ouest-France pour un journalisme au niveau de l'enjeu écologique »<sup>31</sup> ou de la charte « Climat & Environnement » du *Monde*<sup>32</sup>.

\*  
\*\*

Nous avons dans cette première section le contexte général dans lequel est produit et publié la charte : les journalistes reçoivent des pressions pour améliorer leur traitement médiatique de l'écologie et le sujet est saisi dans les rédactions, dans une

---

<sup>28</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

<sup>29</sup> Entretien téléphonique avec Juliette Quef, février 2025.

<sup>30</sup> Entretien téléphonique avec Juliette Quef, février 2025.

<sup>31</sup> « Ouest-France se dote d'une charte pour un journalisme au niveau de l'enjeu écologique », *Ouest-France.fr*, 2 février 2023, URL : <https://www.ouest-france.fr/environnement/ouest-france-se-dote-d-une-charte-pour-un-journalisme-au-niveau-de-l-enjeu-ecologique-ef705d7e-9bcf-11ed-ad46-93836c73937c>

La charte est disponible en annexe

<sup>32</sup> « La charte Climat & Environnement du 'Monde' », *Le Monde.fr*, publié le 21 avril 2023, URL : [https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2023/04/21/la-charte-climat-environnement-du-monde\\_6170442\\_6065879.html](https://www.lemonde.fr/le-monde-et-vous/article/2023/04/21/la-charte-climat-environnement-du-monde_6170442_6065879.html)

partie de l'espace journalistique. Qui sont les journalistes qui s'engagent et se saisissent de ces enjeux ?

## **Section 2 : Des journalistes engagés individuellement dans le journalisme de l'environnement**

Pour comprendre la réalisation et le contenu de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*, revenons vers les journalistes qui ont participé à son élaboration. La *Charte* est tout d'abord une preuve de l'engagement de ces journalistes pour transformer les normes professionnelles du journalisme. Ce sont des journalistes engagés, sinon dans leur manière de traiter les questions écologiques, dans leur rapport à leur métier, à leur profession, à leur activité. Ils défendent une certaine vision de ce que doit être le journalisme, du rôle qu'il doit jouer au sein de la société, et la combinaison de cette vision avec leur prise de conscience de l'urgence écologique peut expliquer leur engagement pour développer une manière d'être et d'agir en tant que journaliste.

Nous allons donc, dans cette section, revenir sur le parcours des journalistes qui sont à l'origine de la *Charte* et comprendre comment la prise de conscience de l'urgence écologique a conditionné leur rapport à la profession journalistique.

### **I. Profil sociologie des journalistes à l'origine de la *Charte***

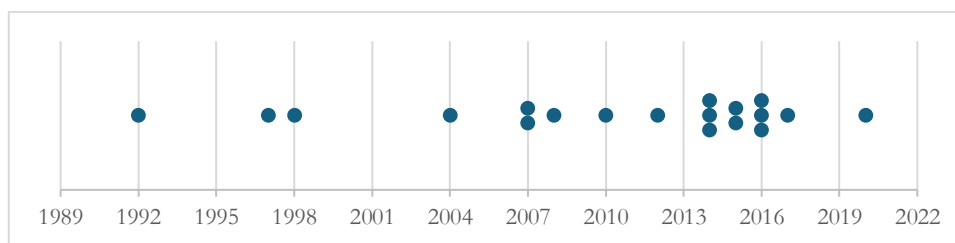
Dans un premier temps, revenons sur l'ensemble des journalistes qui ont participé à l'élaboration de la *Charte*. J'ai pu réunir une liste de 24 journalistes qui se sont trouvés être assurément, de près ou de loin, associés dans l'élaboration de la *Charte*. Tous n'ont pas eu un rôle prépondérant, certains n'ayant assisté qu'à une seule réunion, mais ont tout de même participé ou à son élaboration ou à la promotion de la *Charte* et s'associent à l'engagement de tous les journalistes qui ont rédigé la *Charte*. Ces 24 journalistes ont été réunis dans un tableau disponible en annexe (Annexe 4), le tableau réunit leur nom, le média dans lequel ils travaillent, leur formation et indique s'ils sont spécialisés sur les questions environnementales et s'ils ont des activités de formation<sup>33</sup>. Sur ces 24 journalistes, j'ai pu réaliser un entretien avec 8 d'entre eux (Annexe 2). À partir de ces données, nous pouvons dresser le profil des journalistes qui s'engagent en faveur d'un traitement médiatique de l'écologie à la hauteur.

---

<sup>33</sup> Les données ont essentiellement été recueillies sur les profils LinkedIn des journalistes, ou durant les entretiens.

Nous pouvons tout d’abord remarquer que les journalistes engagés sont essentiellement jeunes et féminins. En effet, sur les 24 journalistes répertoriés, 15 sont des femmes pour seulement 9 hommes. Aussi, comme visible dans le Graphique 1, la grande majorité d’entre eux ont terminé leurs études dans les années 2010. Ce profil est à l’image de la population jeune, féminisée, urbaine et éduquée du mouvement climat analysé par le Pacte de Sciences Po Grenoble en 2021. En effet, le mouvement climat, dans cette étude, se compose en moyenne d’« un tiers d’hommes pour deux tiers de femmes »<sup>34</sup> et dont les répondants à l’enquête ont pour « plus de la moitié entre 15 et 34 ans »<sup>35</sup>. Les journalistes ont donc un profil qui favorise déjà leur engagement sur les questions environnementales.

**GRAPHIQUE 1 ANNÉE DE FIN D’ÉTUDE DES JOURNALISTES**



Aussi, les journalistes engagés dans l’élaboration de la *Charte* sont pour plus de la moitié d’entre eux issus d’écoles de journalisme reconnues par la profession, ont suivi pour les trois quarts une formation en journalisme et tous ont suivi une formation littéraire ou de droit/science politique (Tableau 1). Les journalistes issus d’une école de journalisme reconnue sont ainsi surreprésentés parmi les journalistes qui s’engagent dans la *Charte*. Ce que nous pouvons expliquer notamment par l’importance accordée aux normes et à la rigueur journalistiques dans les travaux sur la *Charte*. C’est en effet un point important notamment pour Juliette Quef, compagne de Loup Espargilière, qui nous explique sa conversion dans le journalisme lors de la création de *Vert* :

« Je suis devenue journaliste en étant à la tête d’un média que j’avais cofondé avec mon compagnon. [...] c’est que Loup, il est très exigeant sur la qualité journalistique. Il a été formé en école de journalisme au CUEJ. Il est passé par l’école Mediapart, enfin, par Mediapart tout court, pendant un an et demi, etc. Donc, voilà, un certain niveau de rigueur sur à la fois les formats, la qualité d’écriture, etc. Donc, en fait, j’ai dû aussi accepter quelque part, pour devenir journaliste au sein de *Vert*, de passer par de la formation. »

<sup>34</sup> Alexandre Chloé, Gougou Florent, Lecoer Erwan, Persico Simon, 2021. *Rapport descriptif de l’enquête sur le mouvement climat (Pacte)*. Rapport de recherche, Sciences Po Grenoble; Pacte - Université Grenoble Alpes, p. 12.

<sup>35</sup> *Ibid.* p. 13.

## Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés

La rigueur journalistique est donc un point fondamental pour les journalistes de Vert qui sont à l'origine de l'initiative, ce qui concorde avec la revendication de transformer les normes journalistiques pour que le traitement médiatique des enjeux écologiques soit réalisé de manière plus rigoureuse.

**TABLEAU 1 FORMATION DES JOURNALISTES À L'ORIGINE DE LA CHARTE**

Formation initiale suivie (sur 21 journalistes dont la formation est connue)	
École de journalisme reconnue par la profession.....	12
Formation en journalisme.....	15 (16 <sup>36</sup> )
Formation littéraire ou Science politique / Droit.....	21

Il est aussi intéressant de constater qu'aucun journaliste n'est issu d'une formation scientifique qui aurait pu conduire à un engagement en faveur de l'écologie. Cependant, deux d'entre eux, Camille Adaoust et Thomas Baïetto ont assurément suivi le Master Climat & Médias proposé par l'Université Paris Saclay en partenariat avec l'ESJ Lille en formation continue.

Enfin, nous pouvons analyser l'activité de ces journalistes (Tableau 2). Ils sont pour la grande majorité d'entre eux (17 sur 20 dont nous avons l'information) spécialisés sur les questions environnementales, de climat et de biodiversité. Aussi, aucun d'entre eux n'est salarié d'un média privé propriété d'un grand patron. La moitié travaillent en effet pour un média indépendant en ligne (ex : Reporterre, Vert, Blast, etc.), un quart pour un média public (France Culture, Franceinfo, RFI, etc.) et le dernier quart en tant que journalistes indépendants.

Nous pouvons établir deux hypothèses à partir du fait que les journalistes engagés pour cette charte ne travaillent pas dans des grands médias privés. Tout d'abord que la conscience des enjeux écologiques ne favorise pas la volonté de travailler dans un tel média. Léa Dang, journaliste à Socialter depuis 2023 nous explique son choix de carrière :

« J'avais vu la carte du monde diplomatique aussi qui montre à qui détient chaque média, et je ne pouvais pas imaginer travailler pour un média qui appartient à Dassault et ne pas pouvoir parler de l'aviation. Et il y a quand même plein de journalistes, d'essayistes qui disaient que même inconsciemment les journalistes, le poids du capital est tellement fort, en fait, que même inconsciemment, il y a de l'autocensure. Et voilà, et c'est pas du tout l'idéal pour moi d'une société qui fonctionne bien dans une

<sup>36</sup> Entre parenthèse : prise en compte des Licence en Sciences de l'Information et de la Communication.

démocratie, avec des journalistes qui peuvent travailler librement, sans avoir à s'inquiéter de leur employeur et de leur place dans leur rédaction »<sup>37</sup>

**TABLEAU 2 TYPE DE MÉDIA ET ACTIVITÉS DES JOURNALISTES À L'ORIGINE DE LA CHARTE**

Type de média pour lequel le journaliste travaille (sur 22 journalistes ayant pour activité principale le journalisme au moment de la rédaction de la <i>Charte</i> )	
Média indépendant .....	11
Média public .....	5
Média privé .....	0
Aucun .....	5
Non précisé.....	1
Média spécialisé environnement .....	9 (10 <sup>38</sup> )
Le journaliste est spécialisé sur les questions environnement (sur 22 journalistes ayant pour activité principale le journalisme au moment de la rédaction de la <i>Charte</i> )	
Oui .....	17
Non.....	3
Non précisé.....	2
Le journaliste a des activités de formation (sur 22 journalistes ayant pour activité principale le journalisme au moment de la rédaction de la <i>Charte</i> )	
Oui .....	8 (9 <sup>39</sup> )
Non.....	11 (10 <sup>40</sup> )
Non précisé.....	3
Autre	
Formateurs exclusivement.....	2
Responsable JNE <sup>41</sup> .....	1

La conscience des enjeux écologiques et la conscience de rigueur que cela nécessite d'avoir pour travailler ces questions explique que les journalistes engagés dans une perspective écologique préfèrent travailler pour des médias indépendants que pour des médias détenus par des grands patrons.

La deuxième hypothèse est plus centrée sur l'explication du contenu de la *Charte*. Les journalistes n'éprouvant les contraintes liées à l'activité dans de tels médias ont pu aborder de manière plus libre les points 10 et 11 de la *Charte* relatifs à

<sup>37</sup> Entretien en visioconférence avec Léa Dang, avril 2025.

<sup>38</sup> Entre parenthèse : prise en compte de Philippe Vion Dury qui a fondé Fracas, média spécialisé dans l'écologie après la rédaction de la charte.

<sup>39</sup> Entre parenthèse : prise en compte de Camille Adaoust qui a des activités de formation depuis 2023.

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> Il s'agit de Carine Mayo, qui est en même temps journaliste et responsable des Journalistes Écrivains pour la Nature et l'Écologie.

## Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés

l'indépendance des rédactions et des journalistes vis-à-vis de la publicité et de l'actionnariat, des points qu'on ne retrouve pas par exemple dans la *Charte* de Ouest-France ou dans celle du Monde.

Enfin, nous pouvons remarquer que la moitié des journalistes (pour lesquels nous avons l'information) sont, soit en même temps que leur activité de journaliste (pour 8 d'entre eux), soit exclusivement (pour 2 d'entre eux), formateurs. Les formations qu'ils donnent sont d'ailleurs principalement dans l'axe des questions d'environnement. Cela montre donc qu'ils sont reconnus comme experts sur ces questions, à la fois dans une dimension théorique des enjeux écologiques, que dans la pratique journalistique liée à ces enjeux. Cela montre également qu'ils ont eux aussi la volonté de partager leur savoir et de promouvoir les normes journalistiques qu'ils trouvent nécessaires d'adopter pour traiter du climat et de la biodiversité.

### II. La prise de conscience de l'urgence écologique

Pour comprendre les raisons pour lesquels les journalistes se sont engagés pour produire cette charte, il est important de revenir sur leur carrière, au sens donné par Howard Becker : les trajectoires de vie qui expliquent comment on adopte des pratiques, des usages, comment on apprend le rôle<sup>42</sup>.

La prise de conscience de l'urgence écologique est une étape centrale dans l'engagement des journalistes en faveur de l'environnement. En effet, il peut agir comme un point d'inflexion dans la carrière ou comme un élément qui va conditionner la manière dont les journalistes vont appréhender leur métier. De cette prise de conscience, chez les journalistes engagés, les pratiques professionnelles vont évoluer pour prendre en compte les considérations écologiques dans la manière de travailler. Cela peut passer par une spécialisation complète ou par une prise en compte systématique des enjeux environnementaux dans le travail médiatique sur d'autres sujets en plus d'accompagner l'engagement des journalistes dans la conception de la *Charte* et la promotion de nouvelles normes journalistiques.

La prise de conscience peut avoir lieu avant l'entrée dans le journalisme, et conditionner l'appréhension du métier par le journaliste. C'est le cas par exemple de Léa Dang, qui nous explique ses premiers contacts avec les questions écologiques.

---

<sup>42</sup> Becker Howard, 1985 (1ère édition en 1963). *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Editions Métailié.

« ça vient aussi d'un souvenir d'enfance alors qu'il n'était pas conscient à l'époque, mais j'allais dans un endroit chaque année, pendant les vacances, quand j'étais enfant et il se trouve qu'il y avait des élevages de porcs pas très loin de la marina qu'on louait chaque été avec mes parents. Et en fait petit à petit, ça s'est étendu sur une dizaine d'années, mais on ne pouvait plus se baigner, c'était une lagune, donc c'est extrêmement riche en biodiversité – enfin moi j'étais émerveillée, il y avait des étoiles de mer sur les bords. Il y avait énormément de diversité dans cet endroit. Et en fait petit à petit, ben, j'ai vu vraiment de mes yeux la disparition, et ça va beaucoup plus vite dans les mers semi-fermées. S'il y a un déséquilibre dans l'eau, là, ça peut être assez fatal et en fait... de plus en plus d'algues urticantes, donc je ne pouvais même plus me baigner sans avoir la peau rougie. Et bien sûr, en tant qu'enfant, je posais des questions. Je voyais de mes yeux, donc je demandais pourquoi il n'y avait plus de ci, de ça, et – dans mes souvenirs parce que c'était quand même il y a longtemps – mes parents m'ont expliqué et je sais que ça, ça m'a brisé le cœur enfant après, je l'ai pas conscientisé, voilà, la crise écologique à ce moment-là, mais je sais que ça m'avait rendue très triste. »<sup>43</sup>

Si elle fait face, dans son existence, aux effets du réchauffement climatique et de la pollution, la prise de conscience suit un processus long. Elle passe notamment par un contact vis-à-vis des organisations qui alertent sur ces sujets, la participation à des conférences, s'informer par des lectures, etc.

« Et plus tard, c'est en tant qu'adolescente que je me suis rendu compte, j'avais lu aussi des bouquins, Le premier sujet qui m'a marqué, c'est l'élevage industriel. J'avais lu 'Faut-il manger des animaux ?' du journaliste britannique Jonathan Foer [...] qui décrit dans une enquête comment fonctionne l'élevage industriel. Et là, ça a été le début de beaucoup de lectures, de documentaires, je me rappelle, j'avais assisté adolescente à des réunions de Greenpeace aussi pour m'informer c'est à partir de ce moment-là que j'ai commencé à m'informer sur ces questions qui me semblaient horribles, j'avais l'impression d'être trahie par le monde entier à 15 ans. Voilà, une politisation qui commençait à l'adolescence et qui s'est traduit après par cette volonté d'informer sur ces questions qui me semblaient assez cruciales quand même pour notre société, donc oui, ça a commencé quand même, assez tôt, en tout cas l'envie de décrypter, de mieux comprendre le fonctionnement du climat, de la situation. »<sup>44</sup>

Ainsi, dans le cas de Léa Dang, la prise de conscience de l'urgence écologique est le fruit d'un processus long : à la fois d'événements marquants comme la réalisation dans l'existence de l'impact du dérèglement climatique et de la pollution, à la fois de lectures, d'une quête de connaissances sur le sujet qui sensibilisent petit à petit sur les enjeux climatiques. C'est ensuite que la prise de conscience se traduit par un choix de carrière professionnelle vers le journalisme et vers le journalisme environnemental :

---

<sup>43</sup> Entretien en visioconférence avec Léa Dang, avril 2025.

<sup>44</sup> Entretien en visioconférence avec Léa Dang, avril 2025.

## Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés

c'est un moyen pour elle de lier le « désir d'écrire » et le « désir d'être dans le secteur de l'écologie ».

De cette manière, la journaliste prend conscience de l'urgence écologique en même temps qu'elle adopte des codes, des pratiques et des usages liés à l'écologie et au journalisme environnemental. Ce sont ces codes qui structurent aujourd'hui sa manière d'appréhender son métier.

La prise de conscience peut aussi avoir lieu après l'entrée dans le journalisme et conditionner une transformation de l'appréhension du métier par le journaliste. C'est le cas par exemple de Camille Adaoust, journaliste à la rédaction numérique de *Franceinfo*, qui nous explique qu'elle s'est spécialisée sur les questions environnementales pendant sa carrière professionnelle. En tant que journaliste généraliste, c'est en travaillant sur un sujet qui a nécessité d'interviewer des climatologues qu'elle prend conscience que traiter des questions écologiques est nécessaire et doit être central dans sa carrière. Elle me raconte :

« j'ai terminé mes études en journalisme en 2016. [...]. Donc, en journalisme généraliste, à l'école de journalisme de Sciences Po. [...] Le climat est venu, je pense, en 2018. J'ai fait un sujet que j'avais proposé un peu par hasard. On proposait tous les jours des sujets qui nous intéressaient ou alors qui étaient dans l'actu, etc. J'avais vu un article qui me semblait intéressant sur des climatologues en Belgique - il me semble - qui déploraient le fait qu'ils criaient un peu dans le vide. Je me suis dit, ce serait intéressant d'interroger les climatologues ici, en France. [...] Et du coup, j'ai interrogé six climatologues à ce moment-là, en 2018. Même un peu avant, puisque c'est un sujet que j'avais pris un peu de temps à faire. Et pour des entretiens qui devaient durer 20, 30 minutes, ça a duré 6 ou 7 heures. pendant ces entretiens, je me demandais vraiment, mais pourquoi je ne fais pas ce sujet plus au quotidien ? Pourquoi je ne le traite pas plus ? Il y a quelque chose que je loupe, là. Même si j'étais un minimum sensibilisée. Mais bon, comme tout le monde, je pense. »<sup>45</sup>

Cependant, là aussi, la prise de conscience de l'urgence écologique et du rôle qu'ont à jouer les journalistes face à celle-ci s'est accompagnée de l'adoption de codes, de pratiques, d'usages liés au traitement des informations environnementales. Ce processus d'adoption des normes se fait sur le temps long, notamment par un retour par la formation, et a conduit la Camille Adaoust à se spécialiser petit à petit sur les questions de climat et de biodiversité. C'est ce qu'elle décrit :

« Et du coup, au fur et à mesure, je n'ai proposé que ce sujet-là. Petit à petit, je me suis spécialisée. J'ai passé le Master Climat et Média de

---

<sup>45</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

Paris-Saclay, avec l'ESJ. Et du coup, voilà, depuis 2018, je ne fais que ça, que le climat. »<sup>46</sup>

L'engagement des journalistes peut ainsi s'expliquer par leur prise de conscience, avant qu'ils deviennent journalistes ou pendant leurs enquêtes. Cette prise de conscience influence leur carrière professionnelle. De quelle manière leur rapport à leur profession est alors changé ?

### III. La réforme de soi des journalistes dans le cadre professionnel

L'engagement des journalistes en faveur de l'écologie transforme ainsi considérablement leur manière d'appréhender leur métier. La manière par laquelle se traduit leur engagement, par un *aggiornamento* de leurs pratiques et leur éthique professionnelles peut être analysée comme la manifestation d'une réforme de soi des journalistes, ici vu dans le cadre principalement professionnel.

La réforme de soi est un concept défini par Christophe Traïni comme un mode d'action « consistant à se soumettre à une discipline de vie en adéquation avec ses propres convictions »<sup>47</sup>. Il s'agit de mettre en cohérence les représentations du monde avec le mode de vie. C'est donc une manière de s'engager qui implique de transformer en profondeur sa manière de vivre, d'agir, de penser et de sentir. C'est une forme d'engagement qui repose sur l'exemplarité individuelle. La notion est d'abord utilisée pour comprendre comment certaines personnes se tournent vers le véganisme. L'engagement dans un tel régime implique une transformation dans tous les aspects de la vie, une discipline importante. Un tel engagement porte ainsi une forte dimension individuelle, personnelle et intime. Or il produit une éthique collective et partagée en même temps qu'il en est le produit.

La réforme de soi intervient à la suite d'un déclic, d'une prise de conscience, dans le cas du véganisme, souvent à la suite d'un « choc moral », une première étape vers l'engagement. Selon James Jasper, les chocs moraux « surviennent lorsqu'un événement ou une information inattendue suscite un tel sentiment d'indignation chez une personne qu'elle est portée vers l'action politique, qu'elle ait ou non des connaissances au sein du mouvement [...] l'information ou l'événement aide une

---

<sup>46</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>47</sup> Traïni, Christophe, 2019. « Les formes plurielles d'engagement de la protection animale », in Carrié Fabien et Traïni Christophe. *S'engager pour les animaux*. Paris, PUF, p. 52-53.

## Chapitre 1 : L'apparition du débat sur le rôle des journalistes face aux crises écologiques : une opportunité pour des journalistes engagés

personne à réfléchir à ses valeurs fondamentales et à la façon dont le monde s'en écarte de manière significative »<sup>48</sup>.

J'ai décidé d'appliquer ce concept aux journalistes de la *Charte*, non pas en le pensant comme la traduction d'une réforme complète, dans tous les pans de l'existence des journalistes, mais, en le cadrant aux seules activités professionnelles, comme un moyen de comprendre comment les mécanismes liés à l'engagement peuvent permettre d'expliquer les transformations des manières d'être et d'agir au sein d'une profession et jouer un rôle alors dans la transformation de l'éthique professionnelle.

Nous l'avons vu, l'engagement dans le journalisme environnemental ou la prise en compte systématique de ses enjeux dans le travail médiatique est le fruit, chez les enquêtés, d'une prise de conscience de l'urgence écologique. Cette prise de conscience joue ce rôle de déclic, de choc qui va, ou transformer les valeurs que défendent les journalistes, ou réinterroger leur mise en cohérence avec leurs pratiques. La prise de conscience redéfinit l'éthique journalistique à laquelle les journalistes se réfèrent, ce qui implique donc une transformation dans la manière de penser et de pratiquer son métier. Les journalistes intègrent des nouvelles valeurs et des nouvelles normes qui ne sont pas le produit de leur seule réflexion individuelle, mais le produit d'une nouvelle éthique journalistique collective qu'ils participent à définir. La *Charte* devient alors l'expression la plus explicite des nouvelles normes issues de ce travail de redéfinition du rôle du journaliste dans le contexte d'urgence écologique.

\*\*

Les journalistes sont donc sous la pression de divers acteurs de la société civile qui mette dans le débat public la question du traitement médiatique de l'environnement. Cette pression devient l'occasion pour les journalistes qui sont conscients des enjeux et qui veulent s'engager plus pour avoir un impact dans ce

---

<sup>48</sup> Traduction libre. Version originale et complète : « "Moral shocks", often the first step toward recruitment into social movements, occur when an unexpected event or piece of information raises such a sense of outrage in a person that she becomes inclined toward political action, whether or not she has acquaintances in the movement (Jasper and Poulsen, 1995; Jasper, 1997). The triggers may be highly publicized public events such as a nuclear accident, or personal experiences such as the death of a child. They may be sudden, like an accident or public announcement, or they may unfold gradually over time, as in the realization by Love Canal's residents that they were living over a toxic waste dump. Similarly, the shock may come from a plan for something new or from new information about something existing, which has already done unseen damage. As Jane Poulsen and I (1995) first used the term, it was primarily cognitive: the information or event helps a person think about her basic values and how the world diverges from them in some important way. »

Jasper James, 1993. « The emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and around Social Movements », *Sociological Forum*, vol. 13, n°3, p. 409.

contexte de mettre à l'agenda, dans leurs espace de débat la nécessité d'agir pour améliorer ce traitement. Les journalistes qui ont pris conscience de l'urgence climatique et qui ont déjà adopté dans leur pratique journalistique individuelle des manières de faire du journalisme ont en 2022 l'occasion de promouvoir leurs pratiques dans toute la profession. De cette manière, les journalistes ont l'opportunité de s'engager dans la rédaction d'une charte qui peut permettre de diffuser des normes journalistiques qui correspondent à leurs valeurs. Ce sont ces normes et leur diffusion que nous interrogeons dans le chapitre 2.

## **CHAPITRE 2 : LA PRODUCTION, LA PROMOTION ET L'INSTITUTIONNALISATION DES NORMES JOURNALISTIQUES ADOPTÉES PAR LES JOURNALISTES ENGAGÉS**

La *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* est la démonstration de la saisie des enjeux environnementaux par les journalistes, par les rédactions et par la profession de manière générale. Elle est le fruit de la mobilisation d'une partie des journalistes qui se sont engagés pour produire et promouvoir dans la profession des nouvelles normes, une nouvelle déontologie qui formalise ce que doit être un journalisme selon leurs valeurs.

La *Charte* participe d'un mouvement plus global de légitimation des sujets environnementaux et des approches écologistes de l'actualité dans une grande partie de l'espace journalistique. Cette légitimation est rendue visible par les transformations de la déontologie journalistique et de la formation des journalistes.

### **Section 1 : La mobilisation des journalistes pour produire de nouvelles normes journalistiques**

En se mobilisant pour produire une charte, les journalistes engagés montrent qu'ils sont capables de produire collectivement des normes et non plus seulement de se mobiliser individuellement pour produire un traitement médiatique de l'écologie qui soit à la hauteur. Leur mobilisation a pour objectif de transformer et d'imposer une nouvelle déontologie, appuyée sur une pratique critique du journalisme, dans l'espace journalistique.

#### **I. Se mobiliser collectivement pour redéfinir la déontologie journalistique**

Les journalistes à l'initiative de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* sont des journalistes engagés. Ils s'impliquent personnellement à transformer leurs propres pratiques journalistiques pour répondre aux particularités que le contexte de crise écologique exige, selon eux, de leur travail. Seulement, leur engagement ne s'arrête pas à leurs seules pratiques individuelles, mais, étant donné le contexte décrit en première partie, il a eu l'opportunité de se transformer en un engagement collectif,

avec en vue la possibilité de transformer la déontologie journalistique commune à la profession. Selon Agnès Granchet :

« La déontologie journalistique contribue aussi à l'édification de cette identité professionnelle et à sa mise en visibilité, tant par l'adoption de textes consacrant des valeurs éthiques partagées par tous les journalistes que par la mise en place d'instances, telles que les conseils de presse, chargées de veiller à leur application. La dispersion des normes de la déontologie journalistique entre une multitude de textes, codes ou charte, résulte certainement, pour partie au moins, de l'éclatement des fonctions et des pratiques journalistiques et de la diversité des médias pour lesquels ils travaillent. Mais la formulation, par ces différents textes, de principes fondamentaux de référence pour l'exercice du journalisme est aussi l'expression de valeurs éthiques communes à l'ensemble de la profession et constitutives de son identité. »<sup>49</sup>

En ce sens, l'objectif des journalistes est alors de construire un texte sur lequel leurs collègues vont pouvoir s'engager, qu'ils vont pouvoir s'approprier, et qui définit des règles éthiques que la profession va pouvoir partager. Cet objectif d'aboutir à un texte qui puisse être partagé par le plus grand nombre est souvent répété par les journalistes qui ont accepté l'entretien. C'est ainsi que Steven Jambot, journaliste à RFI et producteur de *L'Atelier des Médias* sur la station, dit :

« Ce sur quoi j'ai insisté [...] c'est de dire qu'il fallait qu'elle parle au plus grand nombre, ou en tout cas à l'ensemble de l'écosystème médiatique [...] j'ai aussi tenu à insister pour que ce texte ait une dimension universelle même si c'est toujours compliqué de parler à tout le monde »<sup>50</sup>

Steven Jambot précise également qu'il a été sollicité pour travailler sur la *Charte* par Anne-Sophie Novel en raison particulièrement de son « approche média et internationale ». Son expérience dans divers médias, à la fois presse écrite et audiovisuelle, et l'expertise acquise à la tête de son émission sur RFI explique qu'il ait eu ce rôle lors de la rédaction de la *Charte* ; qu'Anne-Sophie Novel ait décidé de l'inclure dans le collectif montre que l'objectif des journalistes étaient de produire un texte qui ait une portée importante au sein de l'espace journalistique. Pour Juliette Quef : « on aurait pu très bien prendre nos trois copains qui ont des médias indépendants et faire notre charte entre nous, mais c'est pas la portée du texte. » La *Charte* n'a pas pour vocation d'être seulement la formalisation de l'engagement déjà reconnu des journalistes indépendants qui traitent de ces sujets, mais d'avoir une

---

<sup>49</sup> Granchet Agnès, 2022, « Des pratiques journalistiques éclatées mais une éthique commune ? », in Alexis Lucie, Devillard Valérie, Granchet Agnès et Le Saulnier Guillaume (dir.), *Le manuel de journalisme*, Paris, Ellipses, p. 156.

<sup>50</sup> Entretien téléphonique avec Steven Jambot, février 2025.

## Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés

portée plus large qui réunisse des journalistes de médias divers qui partagent la même préoccupation de la nécessité de traiter des questions environnementales d'une manière qui respecte leurs valeurs partagées. Les journalistes ont pour objectif que la *Charte* soit signée le plus largement, pour que son impact soit le plus important et avoir une chance de transformer durablement les pratiques des journalistes pour répondre à l'urgence à laquelle ils font face.

La rédaction de la *Charte* traduit alors la transformation de l'engagement des journalistes. Il ne s'agit plus seulement d'avoir une pratique journalistique individuelle en cohérence avec les valeurs d'écologie et la conscience du défi que la crise représente, mais de porter à l'échelle de la profession ce combat pour que le climat, la biodiversité et la justice sociale soient justement traités dans les médias. Les journalistes qui partagent cette vision de leur métier se mobilisent alors collectivement de manière trans-médiatique dans le cas de la *Charte* que nous étudions, mais également dans le cadre de collectifs particuliers que j'aurai l'occasion de vous évoquer, en ce qui concerne les actions similaires qu'ont pu initier Ouest-France, le Monde ou France Télévisions.

Les journalistes sont mobilisés ainsi à la production de la *Charte* et donc à la production des normes qu'ils voudront imposer à la profession autant qu'à la promotion de leur initiative dans divers contextes une fois celle-ci publiée. La conception de la *Charte* est un processus qui s'est étendu entre avril et juin 2022 et passe concrètement par des réunions, une boucle Instagram, un drive et le travail bénévole des journalistes. Le collectif informel existe encore après la publication de la *Charte* et peut se mobiliser notamment pour rédiger des tribunes<sup>51</sup> ou organiser une journée d'ateliers un an après la diffusion de la *Charte*, manière de faire un bilan de l'initiative et de continuer les discussions qu'elle a suscitées.

La mobilisation des journalistes pour produire de nouvelles normes journalistiques est ainsi visible dans le processus de production de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*. Ces normes visent alors à produire les bases qui conditionnent ensuite les pratiques. Dans d'autres rédactions, comme à Ouest-

---

<sup>51</sup> A l'image d'une tribune publiée dans le Monde en juin 2024 : Collectif, « L'écologie fait les frais des ajustements sur les antennes du service public », *Le Monde.fr*, publié le 7 juin 2025. URL : [https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/06/07/l-ecologie-fait-les-frais-des-ajustements-sur-les-antennes-du-service-public\\_6237880\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2024/06/07/l-ecologie-fait-les-frais-des-ajustements-sur-les-antennes-du-service-public_6237880_3232.html)

France ou à France Info, des collectifs ont été constitués pour produire là-aussi des nouvelles normes pour répondre à cette demande d'exemplarité sur les questions environnementales, mais avec cette fois-ci l'objectif de produire des guides plus précis sur les bonnes pratiques à adopter<sup>52</sup>.

Ainsi, dans un document qui m'a été envoyé résumant la démarche qui a mené à la charte engagée par Ouest-France, il est indiqué :

« **Comment a-t-on rédigé la charte et sa boîte à outils ?** »

Elle a été élaborée par un comité de pilotage de 15 journalistes, chefs de service, de rédaction, de région, DD etc. de tout le territoire. Elle a abouti à cette charte en 13 points : 11 qui portent sur l'éditorial et 3 sur l'éco responsabilité de l'entreprise. Elle a été présentée et discutée avec le réseau puis validée par la rédaction en chef, la direction et quatre scientifiques du Giec.

Elle s'accompagne d'une **boîte à outils de 35 pages avec des conseils de traitement, de vocabulaire ; des chiffres clé** pour s'y retrouver, un glossaire mais aussi de nombreuses sources. De nombreuses réunions d'information/discussions ont été menées dans les différentes rédactions, afin de présenter à tous cette charte, et répondre à leurs questions. »<sup>53</sup>

Selon la journaliste, il s'agit du fruit d'un « groupe de travail qui a travaillé durant 6 mois pour élaborer cette charte, ensuite adoptée par la rédaction en chef et le comité de direction »<sup>54</sup>. La rédaction s'est donc mobilisée pour produire une charte ainsi qu'une boîte à outils qui a pour objectif de guider les journalistes de Ouest-France dans leur travail sur les questions écologiques. La « boîte à outils » est un document interne au journal auquel j'ai pu avoir accès et qui propose notamment des « phrases type à glisser dans les articles », une table « On évite / On préfère » concernant les mots à utiliser ou encore un guide pour déceler le greenwashing.

La « boîte à outils » donne ainsi des pistes pour les journalistes de bonnes pratiques rédactionnelles à adopter. Il s'agit là d'un moyen pour la rédaction et les journalistes engagés de donner des préconisations que tous les journalistes du quotidien devraient suivre. Cette « boîte à outils » agit ainsi directement sur le « niveau concret des pratiques » des journalistes.

---

<sup>52</sup> La distinction que je fais reprend la définition de l'éthique journalistique donnée par Daniel Cornu : « l'éthique journalistique – comme toute éthique appliquée – se structure en trois niveaux : le niveau supérieur des valeurs, le niveau intermédiaire des normes, le niveau concret des pratiques ».

Cornu Daniel, 2013. *Tous connectés ! Internet et les nouvelles frontières de l'information*, Genève, Labor et fides, p. 104.

<sup>53</sup> Document complet en annexe (Annexe 8)

<sup>54</sup> Échange de mail avec Virginie Enée (6 mars 2025)

## Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés

Camille Adaoust nous apprend qu'une initiative similaire a été lancée à France Info pour formaliser l'engagement des journalistes de la rédaction alors que celle-ci, qui fait partie du groupe France Télévisions, n'a pas signé la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

« On a créé un atelier dans la rédaction pour améliorer notre traitement. On l'a mené avec les différents corps de métier [...] des journalistes, des secrétaires de rédaction, des chefs, [...] des gens de tous les pôles [...] pendant deux ans, on a réfléchi à tout ça et ça a abouti sur un document qui est très complet, qui est un peu les bonnes pratiques, les choses à faire, les choses à éviter dans notre quotidien. [...] toujours faire le lien de causalité entre les conséquences, les causes. On crame des énergies fossiles, ça veut dire que là, aujourd'hui, il pleut. [...] plein de trucs qu'on a essayé de mettre dans les habitudes de la rédaction. »<sup>55</sup>

Les journalistes qui veulent que les choses changent au sein de leur rédaction se mobilisent ainsi au sein même de leur média pour produire les guides sur lesquels les rédactions peuvent ensuite s'engager. Cela permet aux journalistes de produire des normes et de les promouvoir au sein de leur propre média. Dans le même temps, la production de chartes à l'échelle de chaque rédaction permet de produire une déontologie journalistique qui reflète la diversité des pratiques professionnelles et la culture organisationnelle de chaque entreprise de presse. Développer son propre texte, en tant qu'entreprise, c'est avoir un « usage stratégique » de la déontologie<sup>56</sup>. C'est un engagement pris par un média et ses journalistes qui permet d'établir une relation de confiance vis-à-vis du public en affirmant l'indépendance du média ainsi que son sens des responsabilités. Adopter ainsi une telle charte permet de réaffirmer l'identité du média.

Concernant l'adoption de chartes de déontologie générale par les entreprises de presse, Agnès Granchet explique que « c'est d'ailleurs généralement pour faire face à des circonstances de crise qu'un média fait le choix de se doter d'une charte d'entreprise » ou « par le souci de répondre à des critiques externes du média »<sup>57</sup>. Dans le cas de Ouest-France, France Info et sans doute du Monde, la rédaction des chartes sur les enjeux écologiques du journalisme répondent à une double pression, à la fois interne et externe, mise sur les rédactions : la pression des journalistes engagés et

---

<sup>55</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>56</sup> Grevisse Benoît, 2016. *Déontologie du journalisme : enjeux éthiques et identités professionnelles*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2<sup>e</sup> édition.

<sup>57</sup> Granchet, Agnès, 2013. Ch. cité. p. 161.

volontaires que la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* a inspiré et qui veulent que les lignes bougent au sein de leur rédaction autant que celle des collectifs citoyens qui critiquent et attribuent les bons et mauvais points aux médias en fonction de la manière avec laquelle ils traitent des enjeux écologiques.

## II. L'institutionnalisation de pratiques journalistiques critiques

La production des normes dans diverses chartes et boîte à outils peut être rapportée à une forme d'institutionnalisation de « pratiques journalistiques critiques »<sup>58</sup>. Cégolène Frisque caractérise le journalisme « critique » par deux dimensions : une « forte intensité de l'engagement et [une] volonté de transformation sociale, de subversion des règles du jeu – politique ou médiatique »<sup>59</sup>. Il est alors lié à des pratiques particulières : « rapport de force avec les sources institutionnelles »<sup>60</sup>, « emploi des techniques de maîtrise de l'information et luttes de langage militantes »<sup>61</sup> et surinvestissement dans la profession. Les normes qui sont incluses dans les chartes promues par les journalistes et particulièrement en ce qui concerne la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* relèvent de pratiques journalistiques critiques. Par institutionnalisation, j'entends que ces pratiques qui sont alors le fait de certains journalistes engagés et au profil particulier sont introduites dans les normes globales des journalistes. Définissons d'abord ces normes avant d'expliquer comment elles ont pu être portées.

Les journalistes critiques se trouvent dans un rapport conflictuel avec les sources institutionnelles, ils rejettent les stratégies communicationnelles des sources et cherchent à résister à leurs pressions. Une valeur cardinale mise en avant par ces journalistes est alors l'indépendance et la capacité à remettre en question les discours institutionnels, à révéler les informations cachées ou déjouer les stratégies de communication. Dans la *Charte*, il s'agit de « consolider l'indépendance des rédactions »<sup>62</sup>, de garantir que « les journalistes ont le droit d'exprimer sans crainte leur

---

<sup>58</sup> Frisque Cégolène, 2010. « Des militants du journalisme ? Les journalistes 'critiques' comme militants de l'autonomie professionnelle », in Lévêque Sandrine et Ruellan Denis (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, PUR, p. 145-164.

<sup>59</sup> Ibid. p. 145

<sup>60</sup> Ibid. p. 148

<sup>61</sup> Ibid. p. 151

<sup>62</sup> Point 11 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

## Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés

désaccord vis-à-vis des financements, publicités et partenariats média liés à des activités qu'ils jugent nocives »<sup>63</sup>. Il s'agit là de garantir l'indépendance des journalistes vis-à-vis de toute pression extérieure. Aussi, il s'agit de pouvoir remettre en question les stratégies de communication : « révéler les potentiels conflits d'intérêts »<sup>64</sup>, « révéler les stratégies produites pour semer le doute dans l'esprit du public [car] certains intérêts économiques et politiques œuvrent activement à la construction de propos qui trompent la compréhension des sujets »<sup>65</sup> mais également pouvoir « questionner le modèle de croissance et ses acteurs économiques, financiers et politiques, et leur rôle décisif dans la crise écologique »<sup>66</sup>. Ces différents points mettent en avant la nécessité, selon les auteurs de la *Charte*, que les journalistes aient la capacité de remettre en cause le discours et les actions économiques, financières et politiques des acteurs qui ont le pouvoir d'agir sur la trajectoire climatique du pays et donc sur le pouvoir.

Il s'agit alors de casser la routine journalistique : la mise à distance des discours nécessite de se défaire d'une partie des normes jusqu'alors intégrées pour reprendre en main le choix des angles et le choix des mots. Il s'agit de pouvoir questionner les politiques publiques et de mettre en avant la possibilité d'adopter un angle qui prenne en compte les enjeux écologiques. Sophie Roland, alors que je l'interroge sur la transversalité du traitement de l'écologie posée en point 1 de la *Charte*, dit :

« Intégrer cet enjeu, ça fait changer des réflexes. La transversalité n'est pas évidente. Je vois bien au service économie, parfois, on me dit 'si ce jour-là, je traite de l'augmentation de la taxe d'électricité, je ne peux pas parler du climat.' Ben pourquoi ? Ben si ! [...] Aujourd'hui, on est à un moment où on sait qu'il faut qu'on électrifie davantage notre système énergétique. Donc la question qu'on peut légitimement se poser, et aller voir les experts pour les interroger sur 'est-ce qu'au regard de l'accord de Paris, de la trajectoire décidée par la France, à savoir, d'être électrifiée, finalement est-ce qu'une taxe sur l'électricité fait sens ?' Ça c'est la transversalité. Et c'est vrai que pour les journalistes qui viennent de l'économie, [...] c'est compliqué de changer ses réflexes. [...] Donc il y en a, ils disent 'c'est cool, ça me donne des idées de sujet.' Il y en a, ils disent 'Non, non, non, je vais pas mettre le climat à toutes les sauces.' »<sup>67</sup>

Selon les journalistes à l'origine de la *Charte*, parler d'écologie nécessite de mettre de côté les anciens réflexes, remettre en cause les normes journalistiques, et faire un travail réflexif pour pouvoir interroger les enjeux écologiques et leurs implications

---

<sup>63</sup> Point 10 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

<sup>64</sup> Point 6 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

<sup>65</sup> Point 7 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

<sup>66</sup> Point 5 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

<sup>67</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

politiques dans le traitement de toutes les actualités. Il s'agit ainsi de choisir un « 'angle' mettant l'accent sur un aspect de l'information échappant au cadrage communicationnel »<sup>68</sup>. Face à l'absence des enjeux écologiques dans l'agenda médiatico-politique, il s'agit de trouver des stratégies pour imposer ces questions dans le débat, étant donné l'urgence écologique.

Les normes journalistiques mises en avant dans la *Charte* redéfinissent ce que doit être le journalisme et pose la question : « un bon journaliste est-il un journaliste critique ? »

La question posée vient du fait que les journalistes à l'origine de la *Charte* travaillent en majorité pour des médias indépendants. Or ces médias indépendants ont des lignes éditoriales critiques, s'appuient sur des réseaux alternatifs, voire participent à la médiatisation plus favorable de certains collectifs militants qui visent à remettre en cause les règles du jeu politique (et médiatique).

La caractérisation de ces journalistes comme des journalistes critiques s'appuie également sur le profil surinvesti et réflexif décrit par Cégolène Frisque des journalistes qu'elle étudie, mettant en avant que

« les journalistes critiques étaient en effet, parmi leurs pairs, ceux qui lisaient le plus d'ouvrages [...] [un de ses enquêtés] insistait notamment sur l'importance de la formation intellectuelle, qui constitue un outil de 'résistance', une 'arme' contre les 'manipulations' et un préalable à un traitement critique de l'actualité. »<sup>69</sup>

Outre la promotion de la formation, une partie des journalistes à l'origine de la *Charte* s'engage également par la participation à des tables rondes, notamment organisée par Acrimed, une association qui « dénonc[e] des journalistes aux ordres (du système capitaliste), empêtrés dans leur vision de classe dominante (et les connivences qu'elle induit), et qui se devrait de rompre avec ces visions surplombantes pour défendre le point de vue des dominés »<sup>70</sup>.

Acrimed et Reporterre ont par exemple organisé une journée de débats à l'Académie du climat à Paris le 28 septembre 2024, événement nommé « Médias et écologie : La bataille est politique ! » et auquel ont participé entre autres Paloma Moritz, Hervé Kempf ou Béatrice Héraud qui ont d'ailleurs pris part à la rédaction de la *Charte*.

---

<sup>68</sup> Frisque Cégolène, 2010. Chap. cité, p. 152.

<sup>69</sup> Ibid. p. 155.

<sup>70</sup> Lévêque Sandrine, 2010. « Introduction », in Lévêque Sandrine et Ruellan Denis (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, PUR, p.13.

\*  
\*\*

Les journalistes qui ont participé à la rédaction de la charte ont ainsi pu produire, synthétiser et mettre en valeur des normes journalistiques qui correspondent à leurs valeurs et à leurs pratiques critiques. Traiter des enjeux écologiques en étant à la hauteur nécessite en effet d'interroger les responsables politiques et économiques sur leur responsabilité dans les bouleversements liés aux crises écologiques. Il est alors important pour les journalistes de promouvoir ces nouvelles normes et qu'elles soient diffusées pour que le traitement médiatique de l'écologie soit à la hauteur dans l'espace journalistique le plus large. Comment promouvoir ces normes ? Et quels sont les effets de cette promotion ?

## **Section 2 : Apprendre les normes journalistiques : la formation comme enjeu de légitimation des pratiques promues par les rédacteurs de la *Charte***

Le discours produit par les acteurs qui promeuvent le traitement des questions écologiques dans les médias est ensuite légitimé au sein de la profession entière. Au-delà d'avoir été signée par un nombre important de journalistes et de rédactions, la *Charte* a également été adoptée par la Conférence des écoles de journalisme. Elle s'est engagée à « promouvoir auprès de ses membres les outils permettant aux journalistes de demain de fournir une couverture crédible, utile et compréhensible par le plus grand nombre des enjeux climat et de la biodiversité »<sup>71</sup>.

Les normes défendues dans la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* sont ainsi des normes promues et enseignées dans les écoles reconnues par la profession, elles deviennent constitutives de l'identité que veut se donner la profession. Leur promotion passe par un enseignement qui est à la fois scientifique et politique, à la fois théorique et pratique selon les acteurs en charge des formations, et permettent alors de légitimer le sujet et les journalistes qui s'en saisissent dans l'espace journalistique comme auprès des publics.

---

<sup>71</sup> « La Conférence des Écoles de Journalisme adopte la Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique », *CEJ*, publié le 14 septembre 2022. URL : <https://cej.education/2022/09/14/la-conference-des-ecoles-de-journalisme-adopte-la-charte-pour-un-journalisme-a-la-hauteur-de-lurgence-ecologique/>

## I. Des normes devenues l'identité de la profession

Une des raisons pour lesquelles il a été décidé que le texte sur lequel ont travaillé les journalistes s'est concrétisé sous la forme d'une charte est « qu'on pourrait [l']afficher dans les salles de rédaction, dans les écoles de journalisme », selon Loup Espargilière. J'ai ainsi pu voir que la *Charte* est affichée dans les couloirs du premier étage de l'ESJ Lille, quand je suis allé réaliser un entretien avec Olivier Aballain, directeur des études adjoint et directeur des formations au journalisme de l'école.

L'adoption de la *Charte* par toutes les écoles de journalisme reconnues par la profession est quelque chose dont se félicitent ses rédacteurs, en particulier Sophie Roland : « Le véritable impact dont je suis le plus fière dans cette charte, c'est l'impact auprès des écoles de journalisme. [...] Parce que finalement, ça a été signé par les 14 écoles reconnues. Donc aujourd'hui, c'est partagé chez tous les étudiants »<sup>72</sup>. Or les écoles de journalisme participent à la définition d'une profession. Elles ont eu un rôle de professionnalisation du journalisme, d'institutionnalisation et sont le lieu d'apprentissage et de reproduction des normes, réflexes et routines admises par la professions comme moyens et stratégies de légitimation<sup>73</sup>. De cette manière, l'inclusion des enjeux de la *Charte* dans les enseignements en école de journalisme participe à la diffusion des normes promues par les journalistes engagés dans la *Charte*.

C'est ainsi que tous les étudiants de Master de l'ESJ bénéficient de formations sur les enjeux environnementaux et scientifiques. Même si l'évolution des programmes ne peut être imputée au travail réalisé au travers de la *Charte*, car elle est antérieure, elle se situe dans le même contexte et montre que les enjeux environnementaux sont saisis dans les formations et participent à l'apprentissage des routines journalistiques. Olivier Aballain décrit ainsi cette évolution survenue après le Covid :

« En 2020, post-covid, la direction des études de l'école décide [...] de réinsérer le savoir scientifique parmi l'ensemble des savoirs qui sont proposés aux étudiants de master avec, [...] la possibilité de se spécialiser en deuxième année. Première année indifférenciée, c'est comme ça à l'école depuis qu'on est passé en mode master, et puis une deuxième année où on choisit une majeure en quelque sorte, [...] ça veut dire qu'en première année

---

<sup>72</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

<sup>73</sup> Voir à ce titre : Chupin Ivan, 2018. *Les Écoles du journalisme. Les enjeux de la scolarisation d'une profession (1899-2018)*, Rennes, PUR ; Goulet Vincent, 2009. « Dick May et la première école de journalisme en France. Entre réforme sociale et professionnalisation », *Questions de communication*, n°16, p. 27-44 ; Siméant Johanna, 1992. « Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ », *Politix*, vol. 5, n°19, p. 37-55.

## Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés

l'ensemble de ces éléments-là sont déjà abordés et ça c'était la nouveauté, donc depuis maintenant 3 ans, cette réforme est opérationnelle. »<sup>74</sup>

Cette transformation de la structure de la formation à l'ESJ est alors l'occasion d'intégrer des cours sur les questions scientifiques – et donc environnementales – pour tous les étudiants en Master de l'école. Les savoirs entourant les enjeux écologiques deviennent ainsi des savoirs fondamentaux dans la panoplie des savoirs qu'il est admis que les journalistes acquièrent au sein de la profession.

Des formations sur les questions environnementales sont également obligatoires dans d'autres écoles de journalisme reconnues par la profession. Certains journalistes rédacteurs de la *Charte* participent à la formation des étudiants. C'est le cas ainsi de Camille Adaoust, de Thomas Baietto ou de Sophie Roland qui participent, à l'école de journalisme de Sciences Po Paris, à l'enseignement intitulé « Couvrir les transformations environnementales et le climat ». Il s'agit d'un cours de douze heures obligatoire enseigné en première année de Master.

La participation des rédacteurs de la *Charte* et des journalistes les plus engagés et réflexifs sur le journalisme environnemental participe à la diffusion des normes inscrites dans la *Charte*. Ces normes ne sont pas seulement diffusées au sein des écoles de journalisme, mais également au sein des formations qui sont dispensées à l'ensemble des journalistes d'une rédaction, suivant les plans de formation initiés et financés par des entreprises de presse comme France Télévisions, et d'autres.

La généralisation de la formation auprès des journalistes et des étudiants permet aux journalistes engagés pour un meilleur traitement médiatique de l'écologie de diffuser les valeurs et les normes qu'ils défendent auprès du plus grand nombre de rédactions et ça participe à la création de l'identité de la profession. Comment concrètement ces formations sont-elles construites pour créer et influencer les réflexes et les routines des journalistes ?

### II. Une enseignement à la fois scientifique et politique, à la fois théorique et pratique

Pour comprendre l'impact que peuvent avoir les formations dans lesquelles sont abordées les enjeux du traitement médiatique de l'écologie, il faut revenir sur la construction et le contenu de ces formations. Lors de mes entretiens, j'ai pu avoir des

---

<sup>74</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

informations sur la manière dont celles-ci sont organisées à l'ESJ et par Sophie Roland lors de la formation des journalistes de France Télévisions. Le principal apport de ces formations est alors d'aborder à la fois les enjeux théoriques et pratiques du traitement de l'écologie, c'est-à-dire à la fois des connaissances et un savoir-faire journalistique, et que les connaissances apportées sur les questions écologiques sont à la fois des connaissances scientifiques au sens de l'écologie comme discipline scientifique, de la climatologie, etc., à la fois des connaissances sur les questions politiques, économiques et sociales que l'urgence écologique met en jeu.

Un premier élément dans la construction des formations est la participation d'« experts », que ce soit celle de scientifiques ou de journalistes, qui vont pouvoir apporter des éléments de connaissances. Les scientifiques travaillent souvent au sein du GIEC et les journalistes sont spécialisés sur les enjeux environnementaux. Olivier Aballain nous détaille la formation au journalisme scientifique :

« C'est trois principaux pôles [dont l'environnement] qui sont abordés, soit par des journalistes spécialisés, qui vont prendre du recul par rapport à la thématique et former nos étudiants à correctement l'appréhender, [...] soit par des scientifiques, donc enseignants chercheurs, qui vont venir délivrer quelques éléments de base de connaissances du sujet et auront une approche là aussi de prise de recul par rapport aux productions médiatiques, [...] et s'établit un échange avec les étudiants »<sup>75</sup>

La formation aux enjeux écologiques est ainsi l'occasion d'acquérir des connaissances mais également de prendre du recul et d'avoir un rapport réflexif au futur métier que les étudiants apprennent à exercer. Les invités sont également choisis pour parler des enjeux politiques, économiques et sociaux de l'urgence, c'est ce que précise Olivier Aballain :

« Quand on invite François Gemenne à venir parler pendant une demi-journée du changement climatique, il est aussi spécialiste des migrations. Et là, clairement, la moitié de son intervention porte aussi sur les effets sociétaux du changement climatique [...] la science n'est pas traitée [...] comme une discipline à part entière. C'est une dimension de l'actualité. »<sup>76</sup>

L'objectif des formations est à la fois d'apporter des éléments de connaissances scientifiques, des enjeux de réflexivité sur le métier, mais également un moyen d'alerter et de faire prendre conscience de la nécessité de transformer les pratiques dans le contexte d'urgence écologique. Ce travail de prise de conscience est d'autant plus

---

<sup>75</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

<sup>76</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

## Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés

important auprès des journalistes qui sont déjà expérimentés<sup>77</sup>. C'est la raison pour laquelle Sophie Roland fait réaliser lors de ses formations le bilan carbone des journalistes. Il est important de noter que ce travail ne s'arrête pas aux seuls enjeux du climat et du carbone, mais prend en compte aussi les questions liées à la biodiversité. Selon Sophie Roland :

« Ce qui compte au-delà du carbone, c'est évidemment de parler de biodiversité, de faire les liens entre les deux, d'expliquer. Et ça, c'est plus compliqué, la biodiversité est très très méconnue et mal comprise, parce qu'on voit ça un petit peu comme la disparition des vers de terre, des insectes, des papillons et des oiseaux sans qu'on comprenne pourquoi c'est grave. Donc mon enjeu à moi, c'est de faire comprendre et j'ai Philippe Grandcolas qui vient et d'autres scientifiques pour dire 'Ben en fait si ! En quoi ça nous impacte ? ah oui, c'est notre nourriture, c'est ce qu'on respire, on est assis sur la biodiversité. La biodiversité, c'est notre vie.' »<sup>78</sup>

Il y a alors un véritable enjeu pédagogique de sensibilisation des journalistes et apprentis journalistes aux enjeux liés à l'environnement, au climat et à la biodiversité. Il est important pour les acteurs engagés sur les questions écologiques que tous les journalistes soient formés et conscients de la crise climatique et de la crise de la biodiversité dans laquelle nous nous trouvons. La formation a alors ce rôle de sensibilisation, d'apporter des faits scientifiques et de rappeler le consensus scientifique qui existe sur ces problématiques. La formation incite par ce biais les journalistes à se saisir du climat, de la biodiversité dans le traitement de l'actualité.

Ensuite, les enseignements qui sont donnés sont aussi liés à la pratique du journalisme. À l'ESJ, comme dans la majorité des écoles de journalisme, la formation est construite en majorité autour de la pratique du journalisme par les étudiants. Olivier Aballain défend ainsi :

« [Certains étudiants] vont approfondir les questions environnementales en lien avec la migration [...] et toujours par le biais ou en tout cas à 80% par le biais d'enseignements pratiques. C'est à dire qu'il y a au moins dans la journée une phase pratique où on va réaliser, on va produire un contenu qui fera appel à une expertise scientifique. Donc ça, ça les entraîne, même quand ils sont dans une session qu'on pourrait appeler de scientifique. Ça les fait progresser aussi globalement dans l'écriture dans la mise en forme et la vulgarisation de l'information »<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Sophie Roland, qui travaille à la fois auprès d'étudiants et de journalistes déjà installés m'explique en entretien que les plus jeunes sont davantage sensibilisés aux enjeux de l'urgence écologique que leurs aînés, mais qu'il est également plus facile pour eux d'adopter des nouveaux réflexes que de changer ceux déjà éprouvés par les professionnels.

<sup>78</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

<sup>79</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

La formation des enjeux scientifiques et environnementaux est donc toujours l'occasion de traiter des enjeux pratiques liés à l'activité journalistique, exercer son style, sa plume, la manière dont les journalistes rendent compte de l'information. Or les questions liées aux enjeux environnementaux nécessitent un savoir-faire particulier dans le traitement de l'information. Le directeur des formations de l'ESJ détaille ainsi quelques compétences nécessaires pour se saisir des questions scientifiques et environnementales alors qu'il évoque le diplôme universitaire Mer et média lancée par l'école en partenariat avec l'université de Brest :

« On a abordé la question de la lecture d'une publication scientifique, de la pertinence d'une expertise, la pertinence d'un expert, comment on fait pour l'évaluer. Donc oui, il y a quelques éléments qui sont enseignés et qui doivent être compris pour pouvoir aller un peu plus loin soi-même. »<sup>80</sup>

À l'ESJ, les activités pratiques donnent forme alors, par des partenariats avec des rédactions ou avec des acteurs extérieurs comme la Commission Nationale du Débat Public (CNDP), de produits journalistiques. À titre d'exemple, les étudiants de l'ESJ ont réalisé, avec des garanties d'indépendance, des vidéos de vulgarisation sur la construction de deux réacteurs nucléaires supplémentaires sur le site de Gravelines. Ce travail permet aux étudiants de se familiariser avec le traitement d'informations scientifiques et environnementales et des compétences liées à la vulgarisation. Par exemple, une vidéo répond à la question « Quels dangers pour la biodiversité de la centrale ? »<sup>81</sup>.

Les travaux pratiques permettent également aux étudiants d'obtenir des compétences techniques sur les manières de mettre en forme, d'illustrer, d'infographier les informations, de « mise en scène d'informations de nature scientifique »<sup>82</sup> pour reprendre les termes d'Olivier Aballain. Il m'explique en entretien qu'une partie de l'enseignement se fait par la production d'un magazine des premières années. Il dit, en me montrant la page de magazine que j'ai prise en photo (Figure 2) :

---

<sup>80</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

<sup>81</sup> Ce travail est le produit d'un partenariat entre l'école et la CNDP et a conduit les étudiants à réaliser onze cartes postales sur lesquelles se trouvent un QR code menant aux onze vidéos de vulgarisation sur des enjeux liés au débat sur la construction des réacteurs nucléaires à Gravelines. Ces cartes postales ont ensuite été distribuées dans les établissements scolaires de la région. (Annexe 7)

<sup>82</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

FIGURE 2 EXTRAIT D'UNE PRODUCTION DES ÉTUDIANTS DE L'ESJ LILLE

68

## Quel est le juste prix de l'eau ?

Avec ses nombres et ses abréviations à foison, la facture peut être difficilement lisible. Décryptage.

Texte et infographie Hope Manate

**Qui reçoit la facture ?**

Dans le cas où la commune est opératrice, une facture est envoyée annuellement aux personnes abonnées. Si vous résidez dans une location ou détenez un compteur d'eau collectif, le bordereau sera délégué soit aux propriétaires privés ou sociaux, soit au syndicat de copropriété. De ce fait, si vous ne recevez rien, pas de panique, votre redevance en eau est prélevée à travers les charges de copropriété.

**Qui fixe le prix de l'eau ?**

Inscrite dans le Code général des collectivités territoriales, la responsabilité, englobant la fixation du prix de l'eau potable, sa production, sa distribution et son stockage, revient aux communes. Parfois, cette compétence peut être attribuée à des associations syndicales anciennement désignées, par exemple des groupements d'entreprises. Les foyers qui détiennent leur propre système d'épuration ne sont pas concernés par cette mesure tarifaire.

**Un prix respectant un vieil adage**

« L'eau paie l'eau ! »

Cette devise signifie qu'une fois récolté, l'argent de la clientèle ne doit bénéficier qu'au service d'eau potable et d'assainissement. Les redevances empochées par la commune ne doivent pas excéder les frais en eau potable qu'elle a initialement dépensés. Le Code général des collectivités territoriales précise également qu'il est interdit d'utiliser ces fonds pour d'autres missions de service public. Pour garantir le respect de ce principe et par souci de transparence, les communes et autres structures chargées de l'eau potable publient chaque année un rapport. Il détaille le prix et la qualité des services publics en charge de cette ressource précieuse. Cette démarche donne un aperçu clair des différences tarifaires de l'eau selon chaque région et département.

**Une répartition du prix en trois parties**

La facture couvre :

- La distribution de l'eau calculée individuellement selon l'abonnement et la quantité d'eau consommée.
- La collecte et le traitement des eaux usées chiffrés conformément au coût de l'assainissement.
- Une redevance aux établissements publics comme les agences de l'eau ou les Voies navigables de France. Ces derniers subventionnent les collectivités pour lutter contre la pollution des eaux et préserver les milieux aquatiques. Par exemple, ces aides permettent de moderniser les réseaux de collecte et d'épuration.

Facture n°		Date	Date limite de paiement
N° de contrat		Ancien index	Date ancien index
N° série compteur		Nouvel index	Date nouvel index
		Volume facturé	
		Qté	Prix unitaire HT
			Montant HT
			Taux TVA
<b>Distribution de l'eau</b>			
Abonnement	365 jours	x €/an	x €
Part Collectivité	365 jours	x €/an	x €
Part Délégataire			
Consommation	x m <sup>3</sup>	x €/m <sup>3</sup>	x €
Part Collectivité			
Part Délégataire			
Prélèvement sur la ressource en eau	x m <sup>3</sup>	x €/m <sup>3</sup>	x €
Agence de l'eau XXX			
<b>TOTAL DISTRIBUTION DE L'EAU</b>			
<b>Collecte et traitement des eaux usées</b>			
Abonnement	365 jours	x €/an	x €
Part Collectivité			
Consommation	x m <sup>3</sup>	x €/m <sup>3</sup>	x €
Part Collectivité			
<b>TOTAL COLLECTE ET TRAITEMENT DES EAUX USÉES</b>			
<b>Organismes publics</b>			
Agence de l'eau XXX	x m <sup>3</sup>	x €/m <sup>3</sup>	x €
EPTB - Soutien étage	x m <sup>3</sup>	x €/m <sup>3</sup>	x €
Voies navigables de France (eau)	x m <sup>3</sup>	x €/m <sup>3</sup>	x €
<b>TOTAL ORGANISMES PUB</b>			
<b>TOTAL HT de la facture</b>			
TVA			
Total TTC de la facture			
Prix du litre hors abonne			

**Une ressource soumise à la TVA (taxe sur la valeur ajoutée)**

La TVA est incluse dans le coût de l'eau. En France métropolitaine, elle est fixée à 5,5 % lorsqu'il s'agit du traitement de la ressource et à 10 % lorsque cela concerne l'assainissement. Celle-ci contribue aussi à l'environnement et à la modernisation des services de l'eau. En Corse, à Mayotte et à la Réunion, l'impôt sur la consommation est défini à 2,1 %.

**Pourquoi les coûts de l'eau varient-ils autant ?**

La variation du tarif de l'eau dépend de nombreux facteurs tels que la démographie de la commune, le nombre d'abonnements, son mode de gestion, les rénovations nécessaires (fuites d'eau potable...) et l'intensité de traitement de la ressource. Outre ces aspects techniques, il y a les changements environnementaux qui, eux, ont une incidence sur l'augmentation de la valeur de l'eau. Réchauffement climatique, sécheresse et contamination des nappes phréatiques par divers polluants chimiques comme les PFAS... Tous ces événements demandent des investissements supplémentaires dans l'extraction et le traitement de la ressource.

**Une augmentation des prix de l'eau qui inquiète**

Depuis 2020, le prix de l'eau n'a cessé d'augmenter. Les Hauts-de-France possédaient le tarif régional le plus cher en 2023, évalué à 5,42 euros le mètre cube (prix de l'eau potable et de l'assainissement additionnés). La région a battu des records. Parmi ses cinq départements, l'Aisne occupait la première place avec une moyenne de 6,27 euros le mètre cube. Si on évaluait son coût annuel en fonction de la consommation médiane française (54 m<sup>3</sup> = 54 000 litres), la facture s'élèverait à presque 340 euros. La même année, le prix moyen en France était estimé à 234 euros. L'augmentation du tarif inquiète la population et les acteurs publics. Régis Taisne, chef du département Cycle de l'eau à la FNCCR (Fédération nationale des collectivités concédantes et régies), déclarait en novembre 2024 : « Il faut se préparer à une augmentation des coûts de l'eau de 50 à 100 % dans les dix prochaines années ».

**Évolution du prix de l'eau par département (Hauts-de-France)**

Moyenne en euros du prix de l'eau au m<sup>3</sup>

Département	2019	2020	2021	2022	2023
Aisne	5,27 €	5,42 €	5,57 €	5,72 €	5,87 €
Pas-de-Calais	5,12 €	5,27 €	5,42 €	5,57 €	5,72 €
Somme	5,07 €	5,22 €	5,37 €	5,52 €	5,67 €
Oise	4,92 €	5,07 €	5,22 €	5,37 €	5,52 €
Nord	4,77 €	4,92 €	5,07 €	5,22 €	5,37 €

« C'est le magazine des premières années, il se fait sur l'eau, et là pour le coup, la promo était outillée, d'abord, évidemment parce qu'on les accompagne et on a des intervenants qui connaissent ces questions-là. Et on a la possibilité de donner des conseils – pour prendre une page que j'ai relue – sur la présentation des graphiques : faire attention qu'il y ait une échelle, faire attention qu'on indique le niveau zéro quand c'est le cas, qu'on ne tronque pas une ordonnée, le niveau zéro est là, certains graphiques exagéraient un petit peu les écarts en prenant plus loin, donc tout ça, c'est des éléments sur lesquels on peut travailler. »<sup>83</sup>

Les étudiants se familiarisent à travers ces entraînements pratiques à adopter les bons réflexes, les bonnes routines pour produire un travail qui répond aux attentes de la profession. Cela nécessite donc d'apprendre les bons usages pour produire une présentation d'information qui s'affranchisse du plus de biais possible, c'est ce qui permet notamment aux journalistes engagés sur les questions environnementales de répondre aux accusations de militantisme. Les journalistes se doivent ainsi d'utiliser les bons ordres de grandeur, d'être pédagogue, ce qui répond ainsi au point 2 de la *Charte*<sup>84</sup>.

L'adoption des bons usages est aussi au cœur de la formation donnée par Sophie Roland aux journalistes aguerris, notamment les stratégies pour déceler le greenwashing et les manipulations. Elle explique en effet : « moi, je leur partage une boîte à outils pour essayer de leur expliquer de ne pas tomber dans le greenwashing. [...] beaucoup de techniques que je leur partage. »<sup>85</sup>

Les formations sont ainsi l'occasion d'adopter des stratégies, des routines journalistiques. Elles favorisent la prise de conscience des futurs journalistes de la question environnementale et leur permet d'intérioriser des normes leur permettant d'être à la hauteur des enjeux.

### III. La légitimation de l'écologie au sein de l'espace journalistique

La formation est un moyen pour les journalistes qui traitent de l'environnement de se légitimer à la fois auprès des rédactions et du public. De cette façon, c'est

---

<sup>83</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

<sup>84</sup> Point 2 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* : « Faire œuvre de pédagogie. Les données scientifiques relatives aux questions écologiques sont souvent complexes. Il est nécessaire d'expliquer les ordres de grandeur et les échelles de temps, d'identifier les liens de cause à effet, et de donner des éléments de comparaison. »

<sup>85</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

## Chapitre 2 : La Production, la Promotion et l'Institutionnalisation des Normes Journalistiques Adoptées par les Journalistes Engagés

également le traitement des questions écologiques qui sont légitimées dans toute la profession.

La formation des journalistes est un moyen pour eux de monter en compétences, d'acquérir des connaissances et des savoir-faire liés aux problématiques du climat et de la biodiversité et de devenir ainsi des « experts » de l'environnement. En particulier, un des rôles du journalisme mis en avant par la *Charte* et par les formations est de « révéler les stratégies produites pour semer le doute dans l'esprit du public »<sup>86</sup>. En d'autres termes, il s'agit pour les journalistes de révéler les manipulations de l'information qui sont réalisées par leurs sources, et donc d'en avoir une lecture critique. En particulier, savoir déceler le *greenwashing* ou les discours climatosceptiques permet aux journalistes d'apporter une plus-value à l'information : ils apportent une expertise sur le discours des acteurs politiques, économiques, etc. De cette manière, les journalistes développent une « rhétorique d'expertise critique »<sup>87</sup>.

En 1996, Jean Charon et Jean de Bonville montrent qu'il y a une transformation du journalisme qui passe d'un « journalisme d'information » à un « journalisme de communication ». Ils distinguent les deux ainsi :

« Alors que le journaliste d'information est un reporter de terrain, [...] le journaliste de communication est de plus en plus sédentaire : il reçoit l'information davantage qu'il ne qu'il ne la 'collecte' [...]. Par les recoupements d'informations, le commentaire, l'analyse critique et aussi par les effets de style et de mise en scène, le journaliste de communication prétend offrir une vision panoramique ou distanciée des événements [...]. La vision distanciée des événements est un des mécanismes par lesquels les journalistes contemporains font fructifier une [sic] capital de légitimité. [...] Ainsi, à la rhétorique d'objectivité (qui, cela va de soi, laisse encore aujourd'hui des traces profondes dans l'écriture journalistique) se superpose une rhétorique d'expertise critique, celle de l'analyste de l'actualité dont la parole est légitimée par la connaissance. »<sup>88</sup>

Aujourd'hui, alors que les informations sont de plus en plus disponibles immédiatement, sans que les journalistes jouent le rôle de sélection et de hiérarchisation de ces-dernières et que les divers acteurs, dont la communication était auparavant intermédiée par des journalistes qui jouaient le rôle de *gatekeeping* de la conversation publique, s'adressent désormais directement à leur public, notamment

---

<sup>86</sup> Point 7 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*.

<sup>87</sup> Padioleau Jean, 1979. « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, n°3, p. 256-282.

<sup>88</sup> Charon Jean et de Bonville Jean, 1996. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, vol. 17, n°2, p. 79-80.

grâce à l'émergence des réseaux sociaux numériques, les journalistes doivent se trouver de nouveaux rôles, une nouvelle utilité sociale et une nouvelle légitimité. L'expertise critique est en ce sens un moyen pour eux de relégitimer leur apport dans la société, en permettant, grâce à leurs connaissances, d'apporter au débat public des points de vue critiques vis-à-vis des informations produites par des sources professionnalisées<sup>89</sup>. La compétence agit alors comme un moyen de légitimer un point de vue critique vis-à-vis d'une source sans que celui-ci ne soit perçu comme politique. À nouveau, cela permet aux journalistes de pouvoir répondre aux accusations en militantisme. Les journalistes se trouvent ainsi dans un rapport de distanciation vis-à-vis de leur sujet.

L'apprentissage de stratégies pour se démarquer des sphères militantes est d'autant plus vectrice de légitimité que, dans le traitement de certains conflits sociaux environnementaux, la frontière entre journalistes et activistes est brouillée. Laurent Thiong-Kay a en effet montré que les régimes discursifs de l'« information journalistique » et de la « communication militante » « s'entremêlent toujours plus sur le continuum médiatique »<sup>90</sup> changeant les frontières du journalisme.

\*  
\*\*

Les journalistes engagés dans la rédaction de la *Charte* ont ainsi produit des normes journalistiques, imposé des pratiques particulières et ont mis en avant la formation comme lieu de promotion de ces normes. De cette manière, la *Charte* participe à la légitimation de l'écologie au sein de l'espace journalistique. Les normes qu'ils ont produites sont aujourd'hui reconnues en partie comme des normes qui font l'excellence journalistique, qui remplissent le rôle que s'attribuent les journalistes. C'est dans les écoles que le journalisme qu'ils défendent est mis en avant. Dès lors, quels sont les effets de la diffusion de ces nouvelles pratiques dans l'espace journalistique ?

---

<sup>89</sup> La « professionnalisation des sources » a été mise en évidence par Philip Schlesinger en 1990. Voir : Schlesinger Philip, 1992 (1<sup>ère</sup> édition en 1990). « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme », *Réseaux*, n°51, p. 75-98.

<sup>90</sup> Thiong-Kay Laurent, 2020. Thèse citée, p. 368.

## **CHAPITRE 3 L'IMPACT DE LA *CHARTE* SUR LA PRODUCTION JOURNALISTIQUE**

L'engagement des journalistes s'inscrit, nous l'avons vu dans un contexte favorable à la transformation de l'espace journalistique pour prendre en compte les enjeux liés à la manière de travailler dans un contexte d'« urgence écologique ». Cet engagement se concrétise par une transformation des valeurs et des normes éthiques et déontologiques sur lesquelles s'appuient les journalistes.

Si les journalistes s'engagent pour imposer de nouvelles normes, pour mettre en avant des manières de faire du journalisme qui soient en accord avec la nécessité de jouer un rôle face aux crises environnementales, c'est pour transformer durablement le traitement médiatique de l'écologie : comment on en parle, comment on l'illustre, quelle place elle a dans les journaux, dans les reportages, dans les sujets, dans les produits du travail journalistique, mais également dans les rédactions.

La saisie des questions environnementales par les journalistes et dans les rédactions a un effet sur leur organisation, sur la place qu'occupent les journalistes qui traitent du climat et de la biodiversité. L'écologie gagne en légitimité dans les rédactions, et cela a un impact sur le produit du journalisme. Dans toute une partie de l'espace journalistique, l'écologie est alors traitée de plus en plus et de manière à être entendable et impactante auprès des publics. C'est ainsi que les journalistes vont mettre en avant le récit d'une écologie qui soit désirable, qui réponde aux attentes du public en même temps qu'aux enjeux contemporains qui font l'objet de la prise de conscience des journalistes. Cette transformation de la manière de faire du journalisme implique alors des innovations éditoriales et la consécration du journalisme de solution comme manière de traiter l'environnement qui réponde à toutes les attentes.

### **Section 1 : La légitimation des enjeux écologiques dans les rédactions : la création d'un service Environnement-Climat**

Les journalistes s'engagent, les écoles de journalisme et les formations se saisissent de ces enjeux. Il y a au sein de l'espace journalistique une légitimation de l'écologie. Les journalistes gagnent en légitimité à la fois auprès de leur hiérarchie, dans leur rédaction, à la fois auprès du public. Dans la lignée de ces évolutions, les

rédactions se transforment. En leur sein, les journalistes gagnent en légitimité et leur organisation peut être transformée pour donner plus de place aux enjeux environnementaux, notamment par la création de services dédiés, comme à RFI ou aux JT de France Télévisions.

## I. Des journalistes légitimés au sein de leur rédaction

Tout d'abord, l'engagement des journalistes pour un meilleur traitement médiatique de l'écologie a permis de renforcer la position des journalistes au sein de leur rédaction. Le débat public et les pressions pour améliorer la manière de parler d'écologie dans les médias a permis de légitimer les journalistes environnementaux.

Jean-Baptiste Comby a montré que le journalisme environnemental a longtemps été une spécialité dominée dans l'espace journalistique. Plus féminisée, elle s'est institutionnalisée dans certaines rédactions à partir des années 2000 en suivant une trajectoire de dépolitisation et de transformation de la sociologie des journalistes environnementaux. Si jusque dans les années 1990, les journalistes qui traitaient de cette question étaient plutôt proches des mouvements militants, à partir du début des années 2000, de nouveaux entrants moins attachés à l'écologie politique permettent, par un traitement d'expertise plus que d'opinion, d'institutionnaliser le traitement de l'environnement, qui devient alors une spécialité journalistique à part entière<sup>91</sup>. Ces évolutions n'ont néanmoins pas rendu le journalisme environnemental dominant au sein de l'espace journalistique.

Aujourd'hui, la *Charte* et son adoption dans un certain nombre de rédactions ont permis de redonner une centralité au traitement des questions de climat et de biodiversité. La *Charte* est en effet un outil de pression au service des journalistes pour pouvoir imposer, au sein de leur rédaction, les sujets sur lesquels ils travaillent. Sophie Roland me témoigne des retours qu'elle a pu avoir de la part de certains journalistes pendant un événement organisé à la Gaîté Lyrique<sup>92</sup> pour faire le point un an après la publication de la *Charte* :

« Je me souviens de cette journée on nous avait dit merci [...] La *Charte*, elle a créé une communauté de signataires, une communauté de journalistes qui, pour certains, même si leur rédaction n'a pas signé, se sentaient moins seuls et un peu plus armés pour, dans leur rédaction, un peu mieux discuter, échanger et convaincre pour mieux traiter ces enjeux-là. Ça

---

<sup>91</sup> Comby Jean-Baptiste, 2015. *Op. cité*.

<sup>92</sup> Théâtre parisien reconverti en lieu culturel

### Chapitre 3 L'Impact de la Charte sur la Production Journalistique

permet vraiment de renforcer les journalistes, de leur donner des nouveaux pouvoirs. »<sup>93</sup>

Les journalistes qui ont rédigé la *Charte* avaient en effet un objectif : faire bouger les choses face à une hiérarchie qui n'est pas forcément aussi sensible aux enjeux écologiques. Les rédacteurs en chef sont souvent plus âgés et plus masculins et moins formés et sensibles aux enjeux écologiques que les journalistes qui en ont fait leur spécialité.

Si la *Charte* a joué ce rôle, c'est le cas aussi des formations. Olivier Aballain dit en effet : « Je le vois avec le Master Climat et Médias, on a formé des jeunes journalistes qui sont retournés dans leurs médias et qui restent, et qui essaient de pousser les sujets, mais ça prend du temps ». Il précise alors : « plus on est expert d'un sujet, plus on va trouver l'angle qui, à la fois, plaira à notre audience et, à la fois, nous permettra de développer un sujet que l'on trouve important »<sup>94</sup>. De cette manière, la formation arme les journalistes pour qu'ils puissent mieux défendre le traitement de l'écologie au sein de leur rédaction.

Enfin, la nécessité de traiter des questions écologiques au sein des rédactions a été renforcée par la formation de tous les acteurs, donc des chefs, au sein des médias. En effet, selon Camille Adaoust :

« Les chefs ont été obligés d'être formés. [...] On était deux collègues à fresquer toute la rédac. Après, la fresque du climat, ça a un apport limité mais ça permet de remettre un peu les bases dans la tête des gens. On l'a fait auprès de tous nos chefs, même notre N+4 »<sup>95</sup>

Une formation similaire a été réalisée à RFI auprès de l'encadrement intermédiaire. Simon Rozé, chef du service Environnement de la station m'explique ainsi :

« Une très bonne idée de Cécile Mégié à l'époque, c'est de lancer un cycle de formation pour tout l'encadrement intermédiaire, donc tout ce qui est rédac chef, directeur de l'info, chef de service, ont eu une formation de deux jours sur les enjeux environnementaux, qui a été réalisée par les gens de Vert. Donc c'était soit Loup, soit Juliette. [...] Et tous les chefs de service y sont passés. Pour le dire vulgairement, il y a les vieux boomers, ça leur est passé au-dessus de la tête, mais il y a quelques graines qui ont été plantées, [...] Donc, il y a un peu cet écosystème où tout le monde a au moins les bases de quoi on parle, des ordres de grandeur »<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

<sup>94</sup> Entretien à l'ESJ avec Olivier Aballain, février 2025.

<sup>95</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>96</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

Les plans de formation initiés par les grands médias ont ainsi été l'occasion de légitimer le traitement de l'écologie au sein de toutes les rédactions de ces entreprises de presse. De cette manière, les journalistes environnementaux et les sujets qu'ils traitent ont été légitimés au sein de l'espace journalistique.

## II. Un service dédié au centre des rédactions

Le plus grand impact de la *Charte* a été de jouer un rôle dans la transformation de l'organisation de certaines rédactions. À RFI comme dans la rédaction des JT de France Télévisions, des services dédiés à l'environnement ont ainsi été créés. Si ces transformations ont des apports dans le traitement médiatique de l'écologie dans ces médias, elle interroge sur les possibles de la transversalité préconisée par la *Charte*.

La station de radio RFI s'empare des sujets environnementaux dès le début des années 2020 pour en faire un axe prioritaire. De manière informelle, une *green team* est constituée : dans chaque service de la rédaction, un journaliste est désigné comme référent sur les questions environnementales. Ce groupe informel s'institutionnalise en janvier 2024 quand le service environnement est créé.

La création d'un service dédié aux sujets environnementaux a plusieurs apports. Le premier, que nous évoque Simon Rozé, c'est la montée en compétence des journalistes alors même qu'avant la création du service, ce n'était pas leur spécialité. Il s'enthousiasme :

« Tout le monde ne suivait pas ces sujets-là, mais c'est ça qui est assez cool à voir, c'est 'avaient une appétence pour', mais c'est de voir en un an, quand on met une équipe dédiée qui ne bosse que sur ça, la montée en compétences, le carnet d'adresses qui se remplit. On voit que quand on laisse le temps à des journalistes pour bosser, ça donne des résultats. »<sup>97</sup>

En plus de la montée en compétences, Simon Rozé évoque le carnet d'adresse et le temps dont disposent les journalistes grâce à la création du service. À ce titre, ces derniers gagnent un certain capital qui renforce leur position au sein du champ journalistique, pour reprendre la sociologie bourdieusienne. La création d'un service dédié permet aux journalistes de disposer de plus de ressources et ainsi gagner en légitimité et obtenir une meilleure place au sein du champ – une position d'autant plus légitimée que l'accroissement des capitaux favorisent une meilleure qualité de la production journalistique elle-même vectrice de légitimité.

---

<sup>97</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

## Chapitre 3 L'Impact de la Charte sur la Production Journalistique

Thomas Baietto témoigne lui des transformations liées à la création d'un service dédié au sein de la rédaction qui prépare les JT de France 2 et France 3 :

« Avoir un service, ça change tout parce que ça veut dire que [...] vous avez des journalistes qui sont dédiés à ces questions-là et qui du coup sont à temps complet sur ces questions-là. Avant, il y avait des journalistes qui traitaient ces questions-là mais ils étaient au service société et ils pouvaient être appelés à traiter d'autre chose. »<sup>98</sup>

Stefanie Schüler, journaliste au sein du service environnement de RFI explique en effet :

« Faire une veille sur des questions climatiques et environnementales, c'est un boulot en soi, ça prend beaucoup de temps et ce temps-là, quand t'as la tête dans le guidon parce que t'arrives le matin à 9h et on te dit 'tu nous fais deux papiers avant la mi-journée plus une revue de presse, plus, plus, plus', tu n'as pas tellement le temps de faire cette veille-là, donc c'était quelque chose d'assez aléatoire, et en ce sens-là, la création du service était en effet une bonne chose. »<sup>99</sup>

Aussi, une autre ressource acquise par les journalistes environnementaux à la création des services, c'est avoir une voix aux conférences de rédaction. Thomas Baietto me dit ainsi en entretien :

« Vous avez quelqu'un à la conférence de rédaction, un chef de service qui est là pour défendre ces sujets-là. [...] Avant, c'était le chef du service société qui devait parler d'écologie à la conférence de rédaction. Là, il y a à la fois un chef du service société qui s'occupe de la société et puis un ou une chef du service environnement qui parle de l'actualité environnementale. »<sup>100</sup>

Selon Jean-Baptiste Comby :

« Les données laissent entrevoir une institutionnalisation de l'environnement comme spécialité journalistique dans la mesure où l'espace alloué à l'actualité environnementale augmente considérablement grâce à la création de rubriques régulières et de (sous-)services dédiés. La valorisation symbolique de l'environnement dans les catégories de classement des rédacteurs en chef se concrétise donc en pratique dans une évolution de la division du travail journalistique. »<sup>101</sup>

Autrement dit, la création de services dédiés permet à l'environnement d'être représenté et défendu lors des conférences de rédaction. Cela permet aux sujets qui traitent d'écologie d'avoir plus de chance d'obtenir une place dans les choix faits par le rédacteur en chef. Les questions environnementales gagnent ainsi en valeur symbolique.

---

<sup>98</sup> Entretien téléphonique avec Thomas Baietto, mars 2025.

<sup>99</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüler, avril 2025.

<sup>100</sup> Entretien téléphonique avec Thomas Baietto, mars 2025.

<sup>101</sup> Comby Jean-Baptiste, 2009. «Quand l'environnement devient 'médiatique'», *Réseaux*, n°157-158, p.165.

Cependant, la création d'un service environnement dédié pourrait remettre en cause l'idéal de transversalité défendu par les journalistes dans le point 1 de la *Charte*<sup>102</sup>. Simon Rozé résume cette crainte :

« C'était une des grosses questions qu'on se posait au moment de la création du service : est-ce que les autres services vont pas s'en laver les mains en disant 'bon ça va, il y a des petits oiseaux qui vont le faire' »<sup>103</sup>

En effet, consacrer un service au sujet de l'environnement décharge en quelque sorte les autres de la tâche de s'en approprier. Or, selon les différents journalistes qui ont accepté l'entretien, cet effet est limité. Tout d'abord, les relations entre les journalistes persistent et des collaborations existent. Camille Adaoust qui travaille à France Info au sein de la rubrique spécialisée explique :

« On est structuré, je pense, depuis 2021. [...] On a vraiment pas mal de discussions. Nous, on joue un peu le rôle de lanceur d'alerte, j'ai l'impression. Et un exemple qui me vient en tête récemment, c'était le sommet sur les intelligences artificielles. La rédaction en parlait beaucoup. Nous, on est venus dire à la personne qui allait énormément traiter ce sujet-là : 'ton sujet, il a un impact environnemental massif. On ne peut pas bien traiter cette chose-là sans évoquer le côté énergivore de l'IA. Donc, comment est-ce qu'on réfléchit ensemble pour que non seulement ce soit un peu disséminé dans tes papiers à toi, mais aussi comment nous, on peut prendre une charge de ton rôle à toi, [...] on va faire, nous, un papier sur qu'est-ce que l'IA frugale.' Donc, c'est un peu un partage. »<sup>104</sup>

De cette manière, la division du travail journalistique ne remet pas en soi en cause la transversalité du traitement de l'écologie. Au contraire, Simon Rozé explique que la création du service environnement-climat à RFI a eu un rôle de stimulateur des sujets environnementaux au sein des autres services. La présence du chef de service au sein de la conférence de rédaction donne en effet une existence aux enjeux écologiques au sein de tous les autres services de la rédaction. Selon lui :

« C'est là où on voit encore une fois tout le bénéfice d'avoir un représentant du service environnement en conf de rédac tous les jours. C'est que tous les chefs de service entendent parler du sujet, et ça leur donne des idées, parce qu'ils voient bien que c'est important. »<sup>105</sup>

Cette création de service a permis de rendre permanentes les discussions autour des enjeux écologiques au sein de la rédaction. Les journalistes du service sont vus par

---

<sup>102</sup> Point 1 : « Traiter le climat, le vivant et la justice sociale de manière transversale. Ces sujets sont indissociables. L'écologie ne doit plus être cantonnée à une simple rubrique ; elle doit devenir un prisme au travers duquel considérer l'ensemble des sujets. »

<sup>103</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

<sup>104</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>105</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

leurs collègues comme des référents sur ces enjeux. Or, les formations et la diffusion de l'idée selon laquelle il est nécessaire de traiter de l'environnement dans toutes les rubriques, a donné une place centrale à ce service au sein de la rédaction. Simon Rozé résume :

« Cette création de service a donné une place centrale aux questions d'écologie au sein de la radio. [...] Il y a sur tous les sujets, la culture, l'économie, la politique, évidemment. Donc ça, c'est vraiment aussi un des côtés très valables, c'est qu'on parle à tout le monde dans la radio. Et que, mine de rien, en fait, petit à petit, maintenant, c'est même les gens qui viennent nous voir, alors que ça fait à peine un an, en plus, qu'on existe. je pense que toutes les interrogations qu'on avait justement sur est-ce qu'il faut un service ou est-ce qu'il faut un pool décentralisé pour que ça y ait partout je pense que le service c'est bien parce qu'en plus c'est un côté ressource où les gens se tournent vers toi quand ils ont des questions il y a des échanges entre les services ça permet aussi de faire grandir le réseau pour traiter chaque question »<sup>106</sup>

Aussi, le service s'est structuré autour de journalistes dont l'environnement, si elle était une appétence, n'était pas une spécialité journalistique. Le transfert des éléments de leur service à celui chargé de l'environnement a permis de constituer un service fort de ses ressources et qui peut, selon Steven Jambot :

« Faire et du reportage, et du web, de l'infographie, de la vidéo, et qui maintenant, alimente l'antenne en permanence avec des rendez-vous quotidiens comme une chronique matinale qui s'appelle 'Questions d'environnement' et avec l'idée de traiter des questions environnementales de façon transverse, vu que les gens viennent de différents services. »<sup>107</sup>

Les journalistes de ce service gardent des relations avec leurs anciens services, ce qui permet de favoriser le traitement transversal des enjeux, mais ils ont également personnellement des sujets de prédilection, des connaissances et des compétences diverses qui leur permettent de valoriser leurs approches. La diversité des parcours des journalistes qui composent ce service est d'autant plus valorisée qu'il est également composé de journalistes issus des *desks* internationaux de la station.

Ensuite, à RFI, la saisie des enjeux environnementaux sur la station a également résulté par le traitement le plus important des enjeux liés aux crises environnementales comparé à toutes les autres radios évaluées, selon l'Observatoire des Médias sur l'Écologie<sup>108</sup>.

---

<sup>106</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

<sup>107</sup> Entretien téléphonique avec Steven Jambot, février 2025.

<sup>108</sup> Selon l'Observatoire des Médias sur l'Écologie, sur les douze derniers mois, RFI a consacré 8,7 % de son temps d'antenne au traitement des crises environnementales. C'est environ 78 % de plus que France Inter, la

La réorganisation en service n'a pas été le choix fait par Ouest-France. En effet, comme abordé plus tôt, la rédaction du quotidien régional a mis en place un « réseau environnement » en juin 2022, qui a participé à la rédaction de la charte interne. Dans le document qui m'a été envoyé, le réseau environnement est défendu comme étant :

« Un réseau de compétences et de partage, pas un service, car le changement climatique étant **une problématique systémique. Ce n'est pas une rubrique** mais l'affaire de tous et toutes (économie, agriculture, politique, santé, énergies etc.), des pages d'informations générales jusqu'aux pages locales. »<sup>109</sup>

De cette manière, les journalistes de Ouest-France sont organisés de manière à répondre à l'attente de transversalité. Tous les journalistes de la rédaction peuvent s'emparer des enjeux environnementaux. Le réseau compte deux cents membres volontaires qui ont pu avoir accès à une formation de trois jours en 2024.

Concrètement, ce réseau prend forme à travers des acteurs qui sont chargés de le piloter : Yves Gourmelon, Alan Le Bloa et Virginie Enée, ainsi que des réunions mensuelles en visio-conférence. La mise en place d'un tel réseau permet de diffuser les savoirs et les savoir-faire sur le traitement de l'environnement au sein de toutes les rubriques et de tous les journalistes de la rédaction.

Aussi, ce réseau est un moyen pour les journalistes d'autoréguler le traitement médiatique de l'environnement au sein de la rédaction. En effet, selon la « boîte à outils » de la charte de Ouest-France, les pilotes du réseau sont chargés de répondre aux doutes des journalistes sur la manière par laquelle l'écologie a été traitée (ou non) dans les articles de leur collègue.

### III. Pratiquer un journalisme bas carbone

Une dernière manière pour les rédactions d'être impactées par la saisie des enjeux écologiques, c'est par la nécessité de mettre en avant un journalisme bas carbone. L'activité journalistique est émettrice de gaz à effet de serre et les journalistes qui ont rédigé la charte ont décidé de chercher des stratégies pour réduire leurs émissions. Camille Adaoust m'apprend que « l'impact numéro un, quand on regarde les

---

deuxième station de radio à avoir consacré le plus de temps d'antenne au traitement de ces enjeux. Statistiques complètes en annexe (Annexe 9), issues du site de l'Observatoire des Médias sur l'Écologie. URL : <https://observatoiremediaecologie.fr/>

<sup>109</sup> Document complet en annexe (Annexe 8)

bilans carbone des médias, c'est les transports [...] donc c'est là-dessus qu'on doit jouer »<sup>110</sup>.

La question du déplacement est un enjeu central dans l'activité journalistique. Interroger les déplacements des journalistes, c'est rappeler que leur métier nécessite également un travail de terrain, d'enquête. La prise de conscience des enjeux environnementaux se cristallise ainsi en partie sur la question des modalités de déplacement et en particulier l'usage de l'avion. Si dans certaines rédactions, l'encadrement intermédiaire a reçu des formations, cela n'empêche pas que les transformations de la pratique collective du journalisme au sein de la rédaction prennent place très lentement. Camille Adaoust nous fait part des inquiétudes de la hiérarchie de sa rédaction :

« Aujourd'hui, auprès de nos chefs, il y a un peu cette inquiétude : est-ce que le pôle climat va continuer à prendre l'avion ? Moi, ça fait par exemple 5 ans et demi / 6 ans que je n'ai pas pris l'avion. Ils m'ont déjà demandé 'mais du coup, si demain tu dois aller couvrir un truc, tu vas prendre l'avion ?' Je leur ai dit 'sous certaines conditions' mais ils peuvent pas m'obliger à le faire »<sup>111</sup>

Le changement des modalités des déplacements implique en effet des coûts supplémentaires pour les rédactions et les journalistes. Stefanie Schüler me le détaille en entretien :

« Tout ce qui concerne le continent européen, on se déplace en train. [...] J'ai un truc sur le feu dans la mer du nord en Allemagne, donc ça voudrait dire que je prends déjà une journée pour y aller et une journée pour revenir, ils vont me payer deux jours de plus de cette mission qui leur coûte déjà quelque chose parce que je prends le train au lieu de prendre l'avion et les billets de train sont beaucoup plus chers que les billets d'avion. »<sup>112</sup>

Pratiquer un journalisme bas carbone, c'est répondre à un devoir d'exemplarité. Cependant, celui-ci a un coût, qui est double si on prend le cas paradigmatique de l'usage de l'avion : un transport plus onéreux et une journaliste qui est mobilisée deux jours de plus sans forcément pouvoir réaliser le même travail que si elle prenait l'avion. Cependant, les journalistes peuvent développer des stratégies pour amoindrir ces coûts. Camille Adaoust explique notamment les négociations qu'elle doit réaliser avec les services qui s'occupent de ces questions pour pouvoir imposer le transport qu'elle souhaite :

---

<sup>110</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>111</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>112</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüler, avril 2025.

« La COP à Glasgow, j'y suis allée en train. J'ai pris beaucoup de temps. J'ai dû défendre ça auprès du service qui organise les missions à l'étranger parce qu'il me disait : 'mais non, tu prends un avion, on va te le réserver.' 'Ben non, je vais prendre un train, je vais aller là, je vais prendre un autre train de nuit.' 'oh là là ! Mais c'est compliqué, puis ça coûte plus cher !' Non, là ça a besoin de pédagogie. Je leur ai dit : 'non, ça coûte pas plus cher, regardez. Je fais un train de nuit, ça veut dire qu'il y a eu un hôtel que vous n'avez pas à payer, donc c'est bénéfique.' Là, ça a été, de favoriser le train pour un déplacement long. Mais est-ce que c'est facile de défendre cette position-là ? J'ai trouvé ça un peu fou que ce soit à moi de faire leur bilan comptable. Ça m'a pris du temps, c'est pas mon taf, c'est pas mon travail, mais c'est nécessaire parce qu'au moins, je me dis peut-être qu'il se poserait au moins la question la prochaine fois »<sup>113</sup>

Première stratégie : les journalistes peuvent se mobiliser eux-mêmes pour construire leur mission sur leur propre temps de travail, et trouver des solutions qui permettent de concilier un déplacement peu carboné avec des coûts qui sont moindres. Les journalistes négocient à proprement parler les missions qu'ils réalisent et l'enjeu du déplacement est central. Stefanie Schüller rappelle elle aussi qu'on ne peut pas lui imposer de prendre l'avion : « C'est quelque chose qu'on impose et on dit : 'non, nous, on ne va pas prendre l'avion, c'est comme ça. Sinon, vous ne voulez pas de cette mission ? On n'y va pas. Point. »<sup>114</sup>

La deuxième stratégie est celle de la rentabilisation du déplacement. Lors des entretiens, une grande partie des journalistes ont évoqué la nécessité de ne plus prendre l'avion ou faire des déplacements lointains pour seulement un article, une interview, etc. Steven Jambot pose la question :

« Pourquoi on prend un avion ? Est-ce que ça fait sens d'y aller ? C'est pour des questions écologiques mais aussi des questions tout simplement financières. [...] Est-ce que c'est pertinent de monter à trois dans un avion pour un sujet d'une heure sur une antenne radio ? C'est pour ça que moi, dans mon approche un peu perso, [...] je ne prends jamais un avion si c'est juste pour passer deux jours quelque part et puis faire une émission et revenir. Je me débrouille pour qu'il y ait une action sur place de formation en plus de l'émission, pour qu'il y ait des moments de convivialité, d'échange, [...] pour qu'il soit motivé de multiples façons ce déplacement »<sup>115</sup>

La troisième stratégie est l'intégration des contraintes du déplacement dans l'éditorial. Simon Rozé prend l'exemple d'un sujet de radio construit à partir de la contrainte du déplacement en train, qui est devenu une ressource :

---

<sup>113</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>114</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüller, avril 2025.

<sup>115</sup> Entretien téléphonique avec Steven Jambot, février 2025.

### Chapitre 3 L'Impact de la Charte sur la Production Journalistique

« Notre journaliste a fait trois semaines en intervalle dans toute l'Europe. On a intégré cette contrainte dans l'éditorial, ce qui est super intéressant. Parce que dans le train, tu rencontres des gens, du public complètement différent de celui que tu aurais vu dans les aéroports. [...] C'était assez intéressant on en a fait un objet »<sup>116</sup>

Quatrième stratégie que peuvent utiliser les journalistes pour adapter leur pratique à un journalisme bas carbone : s'appuyer sur les réseaux de correspondants. S'il s'agit d'une force de certaines rédactions, cette stratégie comporte un certain nombre de contraintes que les journalistes ont soulevé lors des entretiens. Camille Adaoust met en avant leurs ressources : « Il y a des gens, qui connaissent mieux la matière, qui ont beaucoup plus de contacts, qui sont déjà sur place, go travailler avec ces gens-là ! »<sup>117</sup> Cependant, les correspondants ne sont pas toujours formés sur les enjeux environnementaux ni même intéressés par ces sujets.

Le journalisme bas carbone est ainsi un enjeu dont se saisissent certaines rédactions et certains journalistes pour avancer vers un journalisme plus soutenable. Se saisir de cette manière des enjeux environnementaux nécessite de développer des stratégies, des nouvelles pratiques journalistiques : laisser une place plus importante au travail des correspondants, innover dans les formats et rentabiliser les coûts financiers et écologiques liés aux déplacements.

\*  
\*\*

La saisie des enjeux écologiques dans les rédactions a deux effets majeurs : la transformation des rédactions, qui implique, notamment, une légitimation des journalistes de l'environnement, et une transformation des pratiques journalistiques collectives, notamment par la promotion d'un journalisme bas carbone. Ces nouvelles pratiques s'accompagnent de transformations dans les manières de traiter et de relater des enjeux environnementaux. Les journalistes, légitimés, ont l'occasion de mettre en avant l'écologie et de produire de l'information de manière à répondre aux exigences que le contexte leur impose.

---

<sup>116</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

<sup>117</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

## Section 2 : Construire le récit d'une écologie désirable

### I. L'enjeu de la repolitisation

Un des principaux enjeux mis en avant par une partie des journalistes à l'origine de la *Charte* est de « repolitiser » le traitement médiatique de l'environnement. C'est notamment ce qui a été l'objet, le 28 septembre 2024, d'une table ronde organisée par Acrimed, animée par les journalistes Hervé Kempf et Paloma Moritz (qui ont participé à la rédaction de la *Charte*) et le sociologue Grégory Salle. Lors de cet événement, les participants ont défendu l'idée que « la bataille est politique ». Ils ont recontextualisé l'enjeu du traitement médiatique de l'écologie comme la nécessité de faire face à « une offensive de l'extrême droite », selon Hervé Kempf. Il pose alors comme question : « Quelle interprétation des problèmes écologiques va pouvoir s'imposer ? »

Cette question fait l'objet de nombreux débats au sein de la partie de la profession qui est engagée pour une amélioration du traitement de l'écologie. En effet, Stefanie Schüler m'explique que :

« on en discute beaucoup à la rédaction, je pense que la réélection de Donald Trump [...] a changé pas mal de choses et c'est le retour de Donald Trump qui évidemment s'inscrit dans une tendance plus large, où on voit le retour de bâton des idées autoritaires, populistes [...] qui nie[nt] le changement climatique pour des raisons purement économiques et financières [...] Voyant ce qui se passe ailleurs dans le monde et aussi en Europe je pense qu'il est urgent qu'on se rende compte que des gens comme Trump et son entourage et ses relais ici en Europe essaient de monopoliser le récit et un récit spécifique et on voit les conséquences dans les reculs qui s'opèrent un peu partout dans les ambitions climatiques et environnementales »<sup>118</sup>

La réélection de Donald Trump est en effet vectrice de nombreux débats et a un impact significatif sur la position des journalistes sur ce que doit être leur rôle dans une société démocratique. Les journalistes que j'ai interrogés et engagés dans le sens de la *Charte* défendent en effet qu'il est nécessaire d'imposer un récit qui mette en avant la nécessité d'agir pour faire face à la crise climatique. Durant la table ronde évoquée plus haut, Paloma Moritz distingue les médias indépendants d'une grande partie du paysage médiatique français qui, n'aurait pas, selon elle, un traitement médiatique à la hauteur,

---

<sup>118</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüler, avril 2025.

mais développerait au contraire un récit qui favoriserait des reculs sur les enjeux environnementaux :

« C'est-à-dire que sur Sud Radio, j'ai vu des extraits de personnes qui disaient : 'Mais regardez, il fait un temps pourri en France, donc, en fait, il est où le réchauffement climatique ? Est-ce que le réchauffement, ça commence par un refroidissement ?' »<sup>119</sup>

Ici, la journaliste considère un rapport antagoniste au sein de l'espace journalistique. Elle distingue une mauvaise manière de traiter de l'environnement vis-à-vis d'une plus vertueuse défendue par une partie seulement – et pas la partie dominante – du champ journalistique. Il y a, selon elle, deux récits qui s'affrontent. C'est ce que défend Stefanie Schüler :

« Je pense qu'on a vraiment besoin de se rendre compte de ce qui se passe pour réfléchir à comment contraindre cette monopolisation du récit [...] en proposant un contre-récit. Et là quand je dis ça, évidemment, je ne parle pas de propagande, il faut qu'on arrive à analyser ce qui se passe pour pouvoir proposer un récit écologique, qui soit [...] – je déteste ces termes parce que je trouve que c'est très à la mode mais malheureusement je n'ai pas encore trouvé autre chose – un avenir désirable »<sup>120</sup>

Par la défense d'un contre-récit, Stefanie Schüler rappelle certains pouvoirs du journalisme : les journalistes produisent des cadrages (*framing*), des « schèmes d'interprétation » qui permettent aux individus de localiser, percevoir, identifier et étiqueter des expériences et des situations dans le monde<sup>121</sup>. Autrement dit, il s'agit de grilles d'interprétation du monde. Les cadres forment des représentations communes pour des groupes d'individus ou des sociétés. Ces cadrages « constituent une panoplie souvent limitée de modes de traitement d'un sujet »<sup>122</sup>. Deux cadrages des questions liées à l'écologie, ici, s'affrontent, selon les journalistes enquêtés. D'une part, un cadrage produit par toute une partie des journalistes qui ne seraient pas à la hauteur et qui « font du militantisme anti-écologique »<sup>123</sup>. D'autre part, un cadrage produit par les journalistes qui s'engagent pour être à la hauteur et qui vont défendre une écologie désirable. Ce cadrage passe nécessairement, selon Paloma Moritz, par « dire quels sont les adversaires, quelles sont les personnes qui bloquent »<sup>124</sup>.

---

<sup>119</sup> « Il va falloir repolitiser cette question », *Médiacritiques*, n°52, p. 6.

<sup>120</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüler, avril 2025.

<sup>121</sup> Goffman Erving, 1974. *Frame Analysis : An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press.

<sup>122</sup> Neveu Erik, 2019 (1<sup>ère</sup> édition en 2001). *Sociologie du journalisme* [5<sup>e</sup> édition], Paris, La Découverte, p. 85.

<sup>123</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>124</sup> « Il va falloir repolitiser cette question », *Médiacritiques*, n°52, p. 7.

La bataille entre les deux manières de traiter des questions environnementales est prégnante dans les accusations réciproques de militantisme. En effet, une des questions que j'ai systématiquement posée lors de mes entretiens traite des possibles accusations en militantisme portée à l'égard des journalistes qui traitent des sujets environnementaux. Il s'agit en effet d'un débat récurrent. Camille Adaoust dit : « ce procès en militantisme, je l'entends énormément »<sup>125</sup>. Les journalistes sont en effet toujours tirillés entre la nécessité de s'engager sur certains sujets : soit dans un engagement auprès des sources pour obtenir plus d'informations, pour ne pas « griller » leur terrain<sup>126</sup>, soit dans un engagement lié à leur pouvoir d'amorçage (*priming effect*) mis en évidence par Shanto Iyengar et Donald Kinder en 1987<sup>127</sup> qui se caractérise par la capacité des journalistes à accroître la probabilité que les faits ou enjeux sur lesquels ils se focalisent « soie[nt] présent[s] à l'esprit des récepteurs [...] [et soient] utilis[és] comme un critère au moment de juger ce que les différents acteurs de l'actualité disent, font, proposent, promettent »<sup>128</sup> ; et la nécessité de se distancier vis-à-vis de leurs sources<sup>129</sup> et des sujets qu'ils traitent pour garantir leur légitimité auprès des publics (audience, pairs, etc.). Les journalistes développent alors des stratégies pour répondre aux accusations en militantisme, la principale étant de rappeler qu'ils ne s'appuient que sur des faits scientifiques reconnues et sur le consensus scientifique en matière de crise environnementale. Thomas Baïetto explique ainsi :

« Je trouve que cette histoire d'engagement, on a un peu trop tendance à la poser aux journalistes environnementaux parce qu'en fait, la société est complètement en décalage par rapport au niveau de connaissance qu'on a sur les questions environnementales. Donc le simple fait de rappeler les faits scientifiques peut paraître à certains comme un engagement, une forme de militantisme. Mais moi, dans mon travail au quotidien, je me fais le relais des faits scientifiques et je ne pense pas être plus engagé que d'autres journalistes de France Télévisions »<sup>130</sup>

En s'appuyant sur le discours des scientifiques, en rappelant systématiquement que ce qu'ils avancent est porté par le Giec, par les scientifiques qu'ils interviewent, les journalistes marquent une distanciation certaine vis-à-vis du discours environnemental.

---

<sup>125</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>126</sup> Lemieux Cyril, 1996. « L'objectivité du sociologue et l'objectivité du journaliste. Convergences, distinctions, malentendus », in Feldman Jacqueline et al. (dir.), *Éthique, épistémologie et sciences de l'homme*, Paris, L'Harmattan, p. 147-163.

<sup>127</sup> Iyengar Shanto et Kinder Donald, 1987. *News that matters*, Chicago, University of Chicago Press.

<sup>128</sup> Derville Grégory, 2017 (1<sup>ère</sup> édition en 2013). *Le pouvoir des médias* [4<sup>e</sup> édition], Grenoble, PUG, p.51.

<sup>129</sup> Lemieux, Cyril, 1996. Chapitre cité.

<sup>130</sup> Entretien téléphonique avec Thomas Baïetto, mars 2025.

Cela ne les empêche cependant pas de mettre en avant leur honnêteté et de rappeler que s'ils font le choix de traiter des sujets liés à l'écologie, c'est aussi parce que personnellement ils ont pris conscience de la nécessité de porter ces sujets dans la sphère médiatique et de s'engager en tant que journalistes à une meilleure représentations de ceux-là.

Une autre stratégie portée par les journalistes pour répondre aux discours sur le « procès en militantisme » qui nuisent à leur légitimité dans la sphère journalistique et de transformer leur manière de traiter des enjeux environnementaux en se conformant aux attentes du public. Stefanie Schüler explique son point de vue :

« L'intérêt que nous avons, c'est d'être crédibles, pas moralisateurs pour qu'à un moment donné les gens puissent nous rejoindre [...] on n'est pas perçus comme des militants quand on fait tout simplement notre travail, mais on évite tout commentaire. Vraiment, c'est le côté moralisateur qui ne va pas »<sup>131</sup>

Ne pas être moralisateur est un enjeu central dans le traitement de l'écologie, et a longtemps été une critique faite aux journalistes qui traitent de ces questions. Selon Léa Dang :

« Quand on considère l'écologie comme un problème global et politique, en fait, c'est que ça demande des changements politiques et donc qui ne relèvent pas de simples gestes individuels. Donc, à partir de ce moment-là, je vois pas comment ça peut être perçu comme moralisateur »<sup>132</sup>

Ce que dénonce la journaliste de Socialter, c'est ce qu'a analysé Jean-Baptiste Comby dans le traitement médiatique du climat des années 2000 et 2010. Il explique en effet que l'individualisation des enjeux liés au dérèglement climatique participe à sa dépolitisation. « Cet impératif de singularisation (et donc, d'une certaine façon, universel), ne favorise pas une prise en charge politique susceptible d'imputer la responsabilité des dysfonctionnements aux structures sociales de production et de consommation »<sup>133</sup>. Or, c'est bien contre ce cadrage qui porte plus sur les comportements individuels que sur le modèle politique, économique et financier responsable de la crise environnementale que les journalistes se sont mobilisés à travers la promotion de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique*. Concentrer le traitement des enjeux écologiques sur les « petits gestes » aurait pour objectif de

---

<sup>131</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüler, avril 2025.

<sup>132</sup> Entretien en visioconférence avec Léa Dang, avril 2025.

<sup>133</sup> Conby Jean-Baptiste, 2015. *Op. cité*, p. 15.

responsabiliser chaque citoyen dans ses propres comportements quotidiens, or cette stratégie serait portée par une rhétorique moralisatrice que les journalistes ni ne veulent endosser, ni ne considèrent nécessaire, étant donné que les origines des crises écologiques sont systémiques.

Enfin, les journalistes répondent aux accusations en militantisme par la dénonciation des journalistes qui ne sont, selon eux, pas à la hauteur, et qui, par leur dogmatisme sur certains enjeux, seraient eux des militants. Cette accusation est la résultante de la dénonciation des routines et des réflexes des journalistes que la *Charte* a pour vocation de transformer. Léa Dang dénonce un deux poids deux mesures entre le cadrage orthodoxe et le cadrage hétérodoxe qu'elle porte :

« C'est toujours sur des sujets plus à la marge ou des économistes ou des penseurs qui vont penser en profondeur et remettre en cause le système où là on est taxés de militant, mais des journalistes qui vont interroger des économistes ultralibéraux qui portent aussi une vision du monde, mais qui est plus proche du *statu quo* là, on ne va plus parler de croyance ni de militantisme, mais de neutralité »<sup>134</sup>

Les journalistes se servent ainsi de ces trois stratégies pour répondre aux accusations en militantisme : s'appuyer sur le discours et le travail des scientifiques, employer une rhétorique qui ne soit pas moralisatrice et recontextualiser le discours dont ils se font les passeurs vis-à-vis d'un discours dominant, jugé neutre parce qu'orthodoxe. Camille Adaoust résume la position des journalistes engagés pour l'environnement ainsi :

« Le militantisme, il est où ? Est-ce qu'il est d'un côté, à juste se faire le relais de milliers de scientifiques qui établissent des faits, avec les causes du réchauffement et les conséquences et les solutions qui peuvent être envisagées ? Ou est-ce qu'il est sur, justement, la remise en cause de la science ? La réponse elle est sans aucune hésitation »<sup>135</sup>

Ainsi, les journalistes engagés pour que les faits scientifiques établis soient présents dans les médias proposent au public un « contre-récit » au discours dominant dans les médias traditionnels privés. Il leur importe, pour une partie d'entre eux, de repolitiser le traitement médiatique de l'environnement. Cette repolitisation n'est pas

---

<sup>134</sup> Entretien en visioconférence avec Léa Dang, avril 2025.

<sup>135</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

partisane<sup>136</sup>, elle sert avant tout à rappeler la responsabilité d'acteurs politiques, économiques et financiers dans les bouleversements environnementaux.

### II. Lutter contre les *fake-news*

Un second enjeu mis en avant par les rédacteurs de la *Charte* est de faire face à la désinformation et au *greenwashing*. C'est en effet le point 7 de la *Charte*<sup>137</sup>. En complément à la construction du récit, du discours développé précédemment, les journalistes vont être plus critiques vis-à-vis des sources et vont également développer des cellules de *fact-checking* pour faire face à la désinformation. Là encore, il s'agit pour les journalistes de montrer qu'ils ont encore un rôle à jouer dans un contexte où les informations ne sont plus intermédiées par les médias pour parvenir aux publics, comme nous l'avons vu plus tôt. Si nous avons parlé de rhétorique d'expertise critique comme légitimation du journalisme grâce aux apports de la formation, en ce qui concerne le *fact-checking*, les journalistes jouent sur leur rôle de vérification et de certification de l'information. Ils vont alors développer des stratégies de production journalistique spécifiques pour faire face aux intox. La désinformation agit en effet par le contournement du rôle de *gatekeeping* des journalistes. Axel Bruns tente de donner une nouvelle définition du journalisme à l'ère numérique, alors que le monopole du *gatekeeping* revendiqué par les journalistes est remis en cause. Il fait l'hypothèse d'un nouveau rôle journalistique : le *gatematching* dont le *fact-checking* moderne serait l'idéal-type. Les journalistes endossent alors un rôle d'arbitre et ne décident plus qu'est-ce qui constitue une information, une nouvelle, mais leur apport est de déterminer ce qui parmi les informations relève de la vérité et du mensonge<sup>138</sup>.

Les journalistes mettent alors en place des stratégies et des formats qui s'adaptent à cette nécessité de faire de la vérification des informations. Simon Rozé évoque une de ces stratégies :

---

<sup>136</sup> Il est important pour Sophie Roland de rappeler : « On doit être ni les porte-paroles de ceux qui ne veulent pas qu'on avance, ni les porte-paroles d'un autre parti, d'un parti vert, surtout pas. C'est une des difficultés dans la couverture aujourd'hui [...] il y a une incompréhension de cette thématique parce que beaucoup voient l'écologie à travers le parti des écologistes. Pas du tout, ces enjeux ils traversent l'ensemble de notre vie quotidienne. Cette écologie n'appartient pas à un parti. Donc nous, on ne doit pas être, surtout pas des porte-paroles de ce parti-là » (Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025)

<sup>137</sup> Point 7 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* : « Révéler les stratégies produites pour semer le doute dans l'esprit du public. Certains intérêts économiques et politiques œuvrent activement à la construction de propos qui trompent la compréhension des sujets et retardent l'action nécessaire pour affronter les bouleversements en cours. »

<sup>138</sup> Bruns Axel, 2005. *Gatematching: Collaborative Online News Production*, New York, Peter Lang.

« Il y a des techniques journalistiques qu'on appelle la technique du sandwich, typiquement, c'est tout bête quand on veut débunker une fake news. Avec Trump, ça nous arrive beaucoup en ce moment. D'abord, avant de commencer de dire qu'il a dit une connerie. On rappelle le fait. Quel est le fait établi ? On expose sa connerie et on revient au fait. Ça, il y a des études qui montrent que c'est plus efficace. [...] On a un service *Infovérif*, à RFI : ça nous arrive de bosser avec eux. On va être plus sur les mécanismes sous-jacents. Quel groupe organisé va porter de tels discours ? Dans quel volume ? Quelles sont les techniques utilisées ? »<sup>139</sup>

La technique qu'il évoque est celle du « sandwich de la vérité », développé par le linguiste George Lakoff. Simon Rozé évoque la nécessité d'utiliser de telles stratégies pour traiter des désinformations véhiculées par Donald Trump, qui est en quelque sorte le symbole du discours de déni du changement climatique que les journalistes combattent. Sa réélection a eu un effet démoralisateur sur un certain nombre de journalistes que j'ai interrogé et a souvent été évoqué pour illustrer le backlash que l'écologie subit dans les médias. Juliette Quef me dit clairement :

« On voit bien avec l'arrivée de Donald Trump au pouvoir aux États-Unis [...] que l'extrême droite étant au pouvoir tout effort sur les questions écologiques climatiques est balayé d'un revers de main. Donc c'est une question essentiellement politique, c'est une question de politiques publiques, de quels moyens est-ce qu'on met en face pour faire la transition écologique, et c'est bien sûr une question de priorités »<sup>140</sup>

Cette citation résume les transformations qu'un traitement de l'écologie à la hauteur nécessite selon les journalistes : produire un récit qui rappelle la nécessité d'actions politiques pour faire face aux crises environnementales et de travailler à mettre toujours sur le devant de la scène les enjeux liés à ces crises malgré les offensives de l'extrême droite qui nie les faits établis scientifiquement.

Il devient alors nécessaire pour les journalistes de s'engager dans une « bataille culturelle ». Il s'agit de faire en sorte que le travail des journalistes pour produire un traitement médiatique à la hauteur soit pérennisé et qu'il puisse avoir un impact malgré les courants contraires. Anne-Sophie Novel, dans son ouvrage défend que : « La bataille culturelle n'en est qu'à ses débuts »<sup>141</sup>.

Les journalistes ont conscience de l'impact que leur travail peut avoir sur le débat démocratique. Ils défendent alors la nécessité de rendre l'écologie « désirable ».

---

<sup>139</sup> Entretien téléphonique avec Simon Rozé, mars 2025.

<sup>140</sup> Entretien téléphonique avec Juliette Quef, février 2025.

<sup>141</sup> Novel Anne-Sophie, *Op. cité*, p. 9.

Ils mettent en avant des manières innovantes de faire du journalisme, qui ne soient ni moralisatrices, ni partisans, ni anxiogènes, comme le journalisme de solution.

### **Section 3 : Innover dans les formats : le journalisme de solutions**

Les journalistes que j'ai interrogés sont souvent ravis de mettre en avant des innovations éditoriales qui ont été mises en place dans les médias à partir de 2022.

Camille Adaoust met en avant que :

« Il y a eu des énormes pas faits. Le JT météo climat de France 2 / France 3. C'est juste hyper intéressant de replacer le climat dans une météo du quotidien, c'est vraiment brillant »<sup>142</sup>

Ce journal est en effet une émission courte sur France 2 diffusée tous les jours à une heure de grande écoute pendant laquelle les journalistes sélectionnent et répondent à une question envoyée par les téléspectateurs. Thomas Baïetto y a travaillé. Il se félicite que :

« C'est l'édition qui fait le plus d'audience parce que c'est 4 à 5 millions de personnes tous les soirs à cette heure-là qui sont devant leur télé. Alors évidemment elle est très courte mais elle est quand même essentielle. »<sup>143</sup>

Cette innovation éditoriale est un exemple des réponses que les journalistes apportent à la crise des médias. Répondre aux nouvelles attentes du public pour le retrouver, c'est ce que proposent de faire les journalistes qui défendent le journalisme de solutions. Il s'agit en effet d'une manière de faire du journalisme qui permet de n'être ni moralisateur, ni anxiogène. Il permet au contraire d'inclure le public et d'apporter des sujets qui sont plus positifs dans des journaux qui traitent avant tout de sujets négatifs. Juliette Quef dit trivialement :

« Il y a encore beaucoup de limites aussi sur la créativité éditoriale, c'est-à-dire qu'on est resté quand même à des trucs un peu chiant à mon sens dans le traitement médiatique majoritaire et on manque en fait d'adaptation. [...] Il faut rendre l'écologie désirable »<sup>144</sup>

Le journal météo climat de France Télévisions est construit autour de la participation du public : les téléspectateurs peuvent envoyer leur question à la rédaction de France Télévisions (10 questions par jour en moyenne selon Thomas Baïetto) et

---

<sup>142</sup> Entretien téléphonique avec Camille Adaoust, avril 2025.

<sup>143</sup> Entretien téléphonique avec Thomas Baïetto, mars 2025.

<sup>144</sup> Entretien téléphonique avec Juliette Quef, février 2025.

avoir une chance d'être sélectionné et d'apparaître à l'écran en plus d'obtenir leur réponse. Cette dernière fait intervenir des sources et des scientifiques. Le journal devient ainsi un espace de rencontre identifié entre le public, les journalistes et les sources. Il devient un espace d'interactivité, transforme le journalisme jusqu'alors vertical en un journalisme plus horizontal qui n'était alors que l'apanage de la presse numérique, grande concurrence dans le temps d'attention des publics.

Cette démarche s'inscrit dans la même évolution éditoriale que celle portée par les promoteurs du journalisme de solutions. Selon Pauline Amiel, ancienne journaliste aujourd'hui maîtresse de conférences à l'École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille université (EJCAM) :

« Les protagonistes du journalisme de solution s'accordent sur la définition : c'est une méthode de travail journalistique qui souhaite traiter de façon rigoureuse et selon les plus hauts standards professionnels des sujets de société en proposant des réponses (ou solutions) à une situation donnée. [...]

Ainsi, nous pouvons déterminer plusieurs paradigmes fondamentaux de ce concept journalistique :

- proposer une information critique marquée par l'investigation ;
- apporter des réponses crédibles à des problèmes sociétaux ;
- impliquer davantage le public, en étant plus à l'écoute de ses demandes ;
- jouer un rôle dans la société, avoir un impact et aider à résoudre les problèmes de société. »<sup>145</sup>

Là, de la même manière, un des enjeux est de mobiliser le public dans la production de l'information. Les journalistes répondent à leur demande. Sophie Roland est aujourd'hui l'une des principales promotrices du journalisme de solutions en France. Elle explique avoir été formée sur ces questions après des années de travail en tant que journaliste d'investigation :

« Ce qui s'est passé, c'est qu'après toutes mes enquêtes, moi j'ai eu un trop-plein d'enquêtes, au sens où j'ai eu le sentiment que je me déprimais aussi à force de dénoncer les choses qui ne comptent pas. C'est quand même l'essence même de notre métier. Mais je me disais comment est-ce que je peux arriver à parler des solutions aussi, parce qu'il y en a forcément dans tout ça. Moi je me suis formée à partir de 2020 au format de ce qu'on appelle le journalisme de solutions, avec le Solution Journalism Network, une organisation américaine fondée par des journalistes du New York Times, où j'ai appris à mieux parler des solutions. Mon idée, dans ma tête, c'était comment je peux compléter mes enquêtes. Ne pas m'arrêter que à la dénonciation et à faire la démonstration de ça va pas, mais les compléter par qu'est-ce qu'on peut faire »<sup>146</sup>

---

<sup>145</sup> Amiel Pauline, 2020. *Le journalisme de solutions*, Grenoble, PUG, p. 34.

<sup>146</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

Ce témoignage montre deux choses. D'une part, le journalisme de solutions est une nouvelle manière pour les journalistes de donner du sens à leur métier. En effet, selon Pauline Amiel :

« Cette méthode de travail a été conçue à partir de trois constats principaux : la défiance grandissante du public envers les médias d'information et les journalistes ; la désillusion de certains journalistes insatisfaits de l'évolution du monde médiatique et de leurs pratiques professionnelles et enfin, la volonté de jouer un rôle social plus important »<sup>147</sup>.

D'autre part, il serait le pendant du journalisme d'investigation. En effet, ce dernier vise à montrer ce qui ne va pas dans la société, à révéler des « faits dérangeants ». Le journalisme d'investigation joue alors un rôle de contre-pouvoir<sup>148</sup>. Or le journalisme de solutions permet, selon Sophie Roland, de compléter le travail d'enquête par la recherche de solutions aux problèmes soulevés. Elle donne un exemple :

« Comment faire des solutions assez équilibrées, à la fois du côté on s'adapte, côté on réduit ? [...] Typiquement sur les PFAS, on peut aller à la fois dénoncer, mais aussi quelles solutions ? Comment on dépollue ? Comment est-ce qu'on peut boire une eau plus propre ? »<sup>149</sup>

De plus, le journalisme de solutions s'appuie sur des méthodes issues du journalisme d'investigation pour se légitimer et ne pas être perçu comme de la communication. L'information proposée doit être critique et les journalistes doivent utiliser leurs compétences et leurs connaissances pour recontextualiser les solutions sur lesquelles ils travaillent.

Le journalisme de solutions nécessite alors des méthodes de travail particulières, des réflexes, des routines. C'est ce qui est également l'enjeu des formations que donne Sophie Roland auprès de ses collègues. Le principal apport de ce type de journalisme est l'ajout d'une sixième question aux traditionnels 5W (*What? Why? Who? When? Where?*) Cette sixième question, c'est « *What do we do?* ». Il est nécessaire, dans le cas du traitement médiatique de l'écologie, pour la journaliste de toujours s'interroger sur les solutions proposées. L'enjeu est alors que les journalistes ne soient pas eux-mêmes les porteurs d'un *greenwashing*.

---

<sup>147</sup> Amiel Pauline, 2022. « Le journalisme de solutions, une méthode pour améliorer les pratiques journalistiques et le rapport aux publics », in Alexis Lucie, Devillard Valérie, Granchet Agnès et Le Saulnier Guillaume (dir.), *Le manuel de journalisme*, Paris, Ellipses, p. 291.

<sup>148</sup> Le Bohec Jacques, 1997. *Les rapports presse-politique : Mise au point d'une typologie « idéale »*, Paris, L'Harmattan.

<sup>149</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

Une des plus-values du journalisme de solutions mis en avant par ses promoteurs est de traiter les questions environnementales sans être moralisateur mais en ayant un réel impact sur le public. Sophie Roland met en avant l'exemple d'un reportage en particulier qui, par sa construction, permet au contraire de rendre l'écologie désirable.

« C'est des récits un peu différents et que j'appelle plus constructifs. [...] C'est typiquement le choix de TF1, qui midi et soir, il y a un Notre Planète, c'est une solution tous les jours. [...] [La journaliste de la rubrique] a eu l'idée d'aller créer la rubrique des superpouvoirs. C'est un nouveau format et c'est le superpouvoir des animaux. Par exemple, elle a fait un sujet sur les super-pouvoirs des araignées, des castors, des vers de terre. Et elle l'a fait, prenons les vers de terre, de façon hyper humoristique. [...] Elle va s'attacher à casser plein d'idées reçues. [...] On démarre dans le composteur de monsieur et madame tout-le-monde. [...] Ce sujet, moi je l'ai montré énormément de fois en formation. Réactions ? Ça donne envie de faire du compost. [...] Est-ce que vous voyez le pouvoir puissant de la télévision ? Et là, à aucun moment la journaliste ne vous a culpabilisé. À aucun moment, elle vous a fait une leçon de morale. À aucun moment, elle nous a dit 'faut acheter un compost, sinon c'est pas bien'. Elle a juste filmé des français, qui en font, qui sont contents »<sup>150</sup>.

Dans cet extrait, la journaliste détaille les apports selon elle, de la démarche du journalisme de solutions. Cela répond aux exigences que s'imposent les journalistes qui veulent être à la hauteur de la charte : c'est pédagogique, cela informe à la fois sur le caractère individuel de la solution et le caractère collectif, cela informe sur les réponses à la crise et cela répond aux attentes du public. Il s'agit de l'illustration du journalisme constructif caractérisé par la proposition de solutions, le choix d'un angle positif et « l'ambition de responsabiliser les citoyens »<sup>151</sup>. Il ne s'agit alors pas seulement d'inclure le public dans le traitement de l'information, mais également de l'impacter et donc de répondre au rôle social que les journalistes se donnent.

Juliette Quef met en avant la manière de faire du journalisme à Vert :

« On rend service aux gens sur un certain nombre de questions. Par exemple, les PFAS sont devenus un grand sujet de société. On a tout de suite fait un article sur c'est quoi les solutions à son échelle pour filtrer les PFAS sur son robinet, c'est quoi les solutions qui sont proposées dans le marché »<sup>152</sup>

Elle défend de cette manière un journalisme au service des citoyens et du lectorat. Un des objectifs du journalisme de solutions portant sur le développement durable et l'environnement est de proposer aux citoyens des solutions qu'il peut lui-

---

<sup>150</sup> Entretien téléphonique avec Sophie Roland, mars 2025.

<sup>151</sup> Amiel Pauline, 2020. *Op. cit.*, p. 27.

<sup>152</sup> Entretien téléphonique avec Juliette Quef, avril 2025.

même adopter. Il peut s'agir également de solutions à plus grande échelle, mais la possibilité de transposition et d'adaptation en d'autres lieux reste un critère important. Pauline Amiel explique que « les projets sont abordés de façon constructive et expliqués, afin de les rendre reproductibles dans d'autres contextes »<sup>153</sup>. C'est la démarche qu'expose en entretien Stefanie Schüler :

« Il faut qu'on aille les voir pour voir comment ils font. Il y a plein de choses qui sont tout à fait applicables ailleurs. Je vous donne un exemple. [...] En fin de l'année dernière, je suis allée à Berlin pour faire un grand reportage sur la ville éponge, c'est d'essayer de désartificialiser les sols. Et, à Berlin, ils ont voté une loi depuis quelques années déjà : chaque nouvelle construction, ça concerne aussi les travaux de rénovation du bâti existant, doit gérer l'eau de pluie qui tombe là où elle tombe. Donc comment faire ? [...] C'est des trucs assez de base où je me suis dit, là ça vaut la peine d'y aller, même à Berlin, même si c'est une ville occidentale très développée, parce que ça peut donner des idées à quelqu'un qui nous écoute en Afrique. »<sup>154</sup>

Les journalistes se donnent de cette manière un rôle de passeur entre différentes populations. Cela nécessite cependant un traitement qui soit impartial et qui ne puisse pas être qualifié simplement de communication. Les journalistes ne se donnent pas de rôle de diffuser les initiatives d'institutions ou d'individus qui ne cherchent qu'à faire parler de leurs projets, mais de partager des informations pour que le public puisse se saisir individuellement et collectivement des solutions et montrer qu'elles sont viables en d'autres lieux.

Le journalisme de solutions répond finalement directement au point 8 de la *Charte*<sup>155</sup> : il s'agit d'« enquêter avec rigueur », donc de reprendre les usages du journalisme d'investigation, et de « questionner les solutions qui nous sont présentées » pour dévoiler le possible *greenwashing* et autres coups de communication.

D'une autre manière, le journalisme de solutions est porté par Socialter. Léa Dang, qui y travaille, explique :

« L'idée, ce n'était pas d'édulcorer le constat, mais de raconter aussi des personnes qui, collectivement, choisissent de vivre différemment. De raconter peut-être plus l'après [l'effondrement]. [...] Parler des mobilisations, des alternatives. C'est un peu dans le max qu'on a avec la rubrique 'à la sauce alter', où à chaque fois, on raconte, sous forme de reportage, une alternative sociale et/ou écologique, sur d'autres formes

---

<sup>153</sup> Amiel Pauline, 2020. *Op. cité*, p. 85.

<sup>154</sup> Entretien téléphonique avec Stefanie Schüler, avril 2025.

<sup>155</sup> Point 8 de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* : « Informer sur les réponses à la crise. Enquêter avec rigueur sur les manières d'agir face aux enjeux du climat et du vivant, quelle que soit leur échelle d'application. Questionner les solutions qui nous sont présentées. »

d'organisations collectives, d'autres pratiques agricoles. Je sais que j'avais fait un article sur la poly-activité, j'étais allée dans une ferme avec des personnes qui venaient aider des paysans, et, l'une des personnes m'avait dit que c'était grâce à Socialter qu'elle avait appris l'existence de cette association et qu'elle était venue. Donc ça permet, chez certains lecteurs ou lectrices d'agir, de trouver, de mettre en lien des initiatives, donc de faire connaître des initiatives. »<sup>156</sup>

La particularité de Socialter, et ce qui fait son identité éditoriale, est d'avoir une approche orientée vers les initiatives altermondialistes, et donc de se servir des réseaux alternatifs pour mettre en avant des modes de vie différents, jugés plus à même de correspondre au modèle à adopter pour s'adapter ou faire face aux bouleversements environnementaux. Cependant, cette manière de mettre en avant les initiatives de collectifs altermondialistes participe aussi au flou qui existe entre certains espaces journalistiques et certains espaces de mobilisation collective.

Finalement, le journalisme de solutions tend à s'imposer comme une des manières de traiter des questions environnementales les plus simples et impactantes en dehors de l'actualité chaude et donc de sortir du traitement événementialisé de l'écologie. Des rubriques dédiées sont de plus en plus créées au sein des JT comme de la presse écrite. Il y a en effet la rubrique Notre Planète évoquée par Sophie Roland, mais également d'autres initiatives comme le complément mensuel *Ici on agit* du groupe EBRA ou encore la rubrique numérique *Faire Demain* de Ouest-France qui met en avant « les entreprises, collectivités et associations qui proposent des initiatives solidaires et environnementales »<sup>157</sup>.

---

<sup>156</sup> Entretien en visioconférence avec Léa Dang, avril 2025.

<sup>157</sup> Ouest-France, « Faire Demain, des solutions avec Ouest-France », *Ouest-France.fr*, publié le 8 juin 2022. URL : <https://www.ouest-france.fr/medias/ouest-france/faire-demain/faire-demain-des-solutions-avec-ouest-france-e8e92298-c6a2-11ec-a53a-b01a02648730>

## CONCLUSION

Nous nous demandons de quelles manières la Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique publiée en 2022 a impacté l'espace journalistique français. Nous avons trois axes de recherche : comprendre les dispositions qui mènent les acteurs à s'engager, comprendre comment leur engagement prend forme et quels sont les enjeux de la production et de la promotion des normes, et comprendre comment ces engagements impactent la pratique du journalisme.

Nous avons ainsi pu voir que la charte s'inscrit dans un contexte particulier, où les journalistes doivent répondre à des attentes et des exigences de la part d'acteurs à la fois intérieurs et extérieurs au milieu. C'est ce contexte particulier qui crée l'opportunité pour des journalistes engagés individuellement dans le traitement médiatique de l'environnement de se mobiliser pour transformer la pratique journalistique en général et imposer les enjeux liés aux crises écologiques dans toute la profession.

Cette mobilisation passe alors par la production et la promotion de normes. Il s'agit de mettre en avant une certaine éthique journalistique et certaines pratiques qui répondent s'appuient sur une rhétorique critique. Ces nouvelles normes sont intégrées par les écoles de journalisme reconnues par la profession et définissent alors de nouveaux critères pour juger de l'excellence journalistique. Les normes mises en avant par les journalistes engagés sur la charte deviennent dans l'espace journalistique français des normes reconnues par la profession. Cela a un effet de légitimation à la fois de la pratique mise en valeur par la charte mais également du journalisme environnemental dans le champ journalistique.

Ces transformations dans les normes ont un impact sur la pratique du journalisme. Certaines rédactions se transforment pour se saisir et répondre au mieux à la nécessité de transformer le traitement médiatique de l'écologie. C'est pour comprendre ces évolutions que j'ai interrogé des journalistes qui ont vécu la transformation de l'organisation de la rédaction de RFI, signataire de la *Charte*, alors qu'eux-mêmes n'ont pas participé à sa rédaction.

Les transformations dans la pratique du journalisme influencent alors les produits du journalisme. Les journalistes engagés mettent alors en avant la nécessité de produire de l'information d'une certaine manière pour répondre au mieux aux attentes

et aux exigences du public : n'être ni moralisateur, ni partisan, ni anxiogène. Ils défendent alors la production d'un récit, la mise en avant d'un cadrage dans lequel l'écologie est désirable. Afin de parvenir à cet objectif, les journalistes mettent en avant des innovations éditoriales et des nouveaux formats parmi lesquels le journalisme de solution. C'est cette manière de traiter l'environnement qui semble s'imposer petit à petit comme la manière la plus efficace pour répondre aux nouvelles normes journalistiques.

Dans ce mémoire, nous avons pu voir que les journalistes se réengageaient pour améliorer le traitement médiatique de l'écologie. Si Jean-Baptiste Comby a montré que le journalisme environnemental a connu des transformations durant les années 2000, le conduisant à être dépolitisé, nous faisons le constat que la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* est une initiative qui repolitise l'environnement dans le débat public. Les journalistes, cependant, font attention à construire et conserver une certaine légitimité à laquelle trop d'engagement pour l'environnement risquerait de nuire. Les journalistes se trouvent ainsi tiraillés entre la nécessité de s'engager, notamment face à des adversaires politiques et médiatiques qui développent un discours anti-écologiques, et la nécessité de garder une distance avec leur objet pour répondre aux exigences, sinon d'objectivité ou de neutralité, d'honnêteté qui caractérise et légitime le journalisme en France.

Dans toute une partie de l'espace journalistique français, la saisie des enjeux environnementaux a un impact sur le champ journalistique : l'écologie est relégitimée.

Cette conclusion nécessiterait cependant d'être renforcée par un travail d'observation au sein des rédactions, pour voir si effectivement, l'écologie a une place importante chez une majorité de journalistes. Un travail plus important et exhaustif sur les produits du journalisme, donc sur les journaux et articles publiés, sur les JT, etc. permettrait également de vérifier l'évolution de la place qu'a l'environnement dans l'espace du traitement médiatique.

Aussi, de nombreuses questions sous-jacentes évoquées dans la charte n'ont pas pu être assez poussées dans ce travail : le rôle de l'indépendance des rédactions, le journalisme bas carbone, etc.

## Conclusion

Enfin, ce mémoire aborde trop rapidement les questions liées à la « bataille culturelle » et à la lutte contre les offensives anti-écologiques. Il s'agit pourtant là d'un des principaux défis auxquels les journalistes engagés sur la question vont devoir faire face. Dans une tribune publiée dans l'édition du *Monde* datée du 27 avril 2025, Michel Damian et Daniel Duet, deux économistes regrettent que « le changement climatique est peu à peu remplacé dans l'imaginaire par de nouvelles menaces »<sup>158</sup>. Il faut en effet nuancer les résultats du mémoire, car si depuis 2022, le traitement médiatique de l'écologie semble s'être nettement amélioré dans toute une partie de l'espace journalistique, la désinformation sur le sujet reste importante – comme rappelé en introduction. Il serait donc nécessaire d'élargir l'enquête menée à des espaces du journalisme qui semblent encore imperméables aux idées écologistes pour comprendre comment se construit un récit qui, s'il n'est pas anti-écologiste, aborde les enjeux environnementaux d'une manière différente et selon d'autres valeurs que celle mise en avant par les journalistes que j'ai interrogés.

---

<sup>158</sup> Damian Michel et Duet Daniel, « Climat, la fin d'un cycle », *Le Monde*, n°24 983, 27-28 avril 2025.



## BIBLIOGRAPHIE

- Alexandre Chloé, Gougou Florent, Lecoœur Erwan, Persico Simon, 2021. *Rapport descriptif de l'enquête sur le mouvement climat (Pacte)*. Rapport de recherche, Sciences Po Grenoble; Pacte - Université Grenoble Alpes.
- Amiel Pauline, 2020. *Le journalisme de solutions*, Grenoble, PUG.
- Amiel Pauline, 2022. « Le journalisme de solutions, une méthode pour améliorer les pratiques journalistiques et le rapport aux publics », in Alexis Lucie, Devillard Valérie, Granchet Agnès et Le Saulnier Guillaume (dir.), *Le manuel de journalisme*, Paris, Ellipses, p. 291-298.
- Beaulieu Laure, 2024. *Ce que #MeToo fait au travail journalistique : ethnographie d'une rédaction de presse écrite nationale*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bereni Laure et Blandin Claire. Paris, Université Sorbonne Paris Nord.
- Bruns Axel, 2005. *Gatewatching: Collaborative Online News Production*, New York, Peter Lang.
- Charon Jean et de Bonville Jean, 1996. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, vol. 17, n°2, p. 50-97.
- Chupin Ivan, 2018. *Les Écoles du journalisme. Les enjeux de la scolarisation d'une profession (1899-2018)*, Rennes, PUR.
- Comby Jean-Baptiste, 2009. « Quand l'environnement devient 'médiatique' », *Réseaux*, n°157-158, p.165.p. 157-190.
- Comby Jean-Baptiste, 2015. *La question climatique. Genèse et dépolitisation d'un problème public*. Paris, Raisons d'agir.
- Cornu Daniel, 2013. *Tous connectés ! Internet et les nouvelles frontières de l'information*, Genève, Labor et fides.
- Derville Grégory, 2017 (1<sup>ère</sup> édition en 2013). *Le pouvoir des médias* [4<sup>e</sup> édition], Grenoble, PUG.
- Frisque Cégolène, 2010. « Des militants du journalisme ? Les journalistes 'critiques' comme militants de l'autonomie professionnelle », in Lévêque Sandrine et Ruellan Denis (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, PUR, p. 145-164.
- Goffman Erving, 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press.
- Goulet Vincent, 2009. « Dick May et la première école de journalisme en France. Entre réforme sociale et professionnalisation », *Questions de communication*, n°16, p. 27-44.
- Granchet Agnès, 2022, « Des pratiques journalistiques éclatées mais une éthique commune ? », in Alexis Lucie, Devillard Valérie, Granchet Agnès et Le Saulnier Guillaume (dir.), *Le manuel de journalisme*, Paris, Ellipses, p. 155-181.
- Grevisse Benoît, 2016. *Déontologie du journalisme : enjeux éthiques et identités professionnelles*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2<sup>e</sup> édition.

- Becker Howard, 1985 (1ère édition en 1963). *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Editions Métailié.
- Hubé Nicolas, 2010. « La ‘professionnalisation’ sous contrainte de la presse alternative », in Lévêque Sandrine et Ruellan Denis (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, PUR, p. 91-108.
- Iyengar Shanto et Kinder Donald, 1987. *News that matters*, Chicago, University of Chicago Press.
- Jasper James, 1993. « The emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and around Social Movements », *Sociological Forum*, vol. 13, n°3.
- Le Bohec Jacques, 1997. *Les rapports presse-politique : Mise au point d'une typologie « idéale »*, Paris, L'Harmattan.
- Lemieux Cyril, 1996. « L'objectivité du sociologue et l'objectivité du journaliste. Convergences, distinctions, malentendus », in Feldman Jacqueline et al. (dir.), *Éthique, épistémologie et sciences de l'homme*, Paris, L'Harmattan, p. 147-163.
- Lévêque Sandrine, 2010. « Introduction », in Lévêque Sandrine et Ruellan Denis (dir.), *Journalistes engagés*, Rennes, PUR, p. 9-16.
- Neveu Erik, 2019 (1ère édition en 2001). *Sociologie du journalisme* [5<sup>e</sup> édition], Paris, La Découverte.
- Padioleau Jean, 1979. « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, n°3, p. 256-282.
- Schlesinger Philip, 1992 (1ère édition en 1990). « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme », *Réseaux*, n°51, p. 75-98.
- Siméant Johanna, 1992. « Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ », *Politix*, vol. 5, n°19, p. 37-55.
- Thiong-Kay Laurent, 2020. *La production médiatique de l'opposition au barrage de Sivens sur internet : entre reconfigurations info-communicationnelles et repolitisation de l'enjeu local*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bousquet Franck et Smyrniaios Nikos. Toulouse, Université de Toulouse 3 – Paul Sabatier.
- Traïni Christophe, 2019. « Les formes plurielles d'engagement de la protection animale », in Carrié Fabien et Traïni Christophe. *S'engager pour les animaux*. Paris, PUF.

# ANNEXES

ANNEXE 1 : GRILLE D'ENTRETIEN .....	82
ANNEXE 2 : LISTE DES ENTRETIENS RÉALISÉS .....	84
ANNEXE 3 : EXEMPLE D'ENTRETIEN RETRANSCRIT (STEVEN JAMBOT – 17 FÉVRIER 2025) .....	85
ANNEXE 4 TABLEAU SYNTHÉTISANT LES INFORMATIONS DISPONIBLES SUR LES PRODUCTEURS DE LA CHARTE POUR UN JOURNALISME À LA HAUTEUR DE L'URGENCE ÉCOLOGIQUE .....	101
ANNEXE 5 CHARTE DES JOURNALISTES ALLEMANDS ET AUTRICHIENS (VERSION ANGLAISE) .....	104
ANNEXE 6 CHARTE OUEST FRANCE .....	106
ANNEXE 7 CARTES POSTALES PRODUITES PAR LES ÉTUDIANTS DE L'ESJ LORS DU DÉBAT PUBLIC SUR LA CONSTRUCTION DE NOUVEAUX RÉACTEURS NUCLÉAIRES À GRAVELINES.....	107
ANNEXE 8 FOIRE AUX QUESTIONS DE LA CHARTE OUEST-FRANCE .....	108
ANNEXE 9 TRAITEMENT DES CRISES ÉCOLOGIQUES SUR LES 12 DERNIERS MOIS (RÉALISÉ LE 1ER MAI). OBSERVATOIRE DES MÉDIAS SUR L'ÉCOLOGIE.....	111

## ANNEXE 1 : GRILLE D'ENTRETIEN

### **Parcours**

Premiers contacts avec l'écologie  
Premiers contacts avec le journalisme  
Journalisme, une vocation ?  
Formation ? en journalisme ? sur les questions écologiques ?  
Activités actuelles, sujets, spécialités  
Engagements extérieurs  
Propre rapport au journalisme et à l'écologie ?

Ouverture : quel rôle doivent jouer les médias face à l'urgence climatique ?

### **La charte**

#### **Production**

Quel rôle avez-vous eu ?  
Quels sont vos engagements personnels ?  
Quels ont été vos apports ?  
Quel est votre point de vue sur la production, la réception ?  
Quels débats lors de la rédaction ?

#### **Contenu**

Questionner sur chaque point de la charte

#### **Réception**

Enjeux de la signature dans la rédaction  
Réception auprès des collègues,

### **Les formations**

Auprès de qui ?  
Dans quelle structure ?  
Qui vous sollicite ?  
Sur quels sujets ?  
Construction de la formation  
Former sur l'écologie, qu'est-ce que ça implique ?  
Enjeux scientifiques, politiques, sociaux, économiques  
Enjeux pratiques  
Quelle réception ?  
Formation auprès des étudiants ? Des journalistes aguerris ?

### **Pratiques**

Ouverture : Comment on traite de l'environnement aujourd'hui ?

Quels stratégies ? face à la désinformation ?  
Choix des sujets ?  
Concilier un traitement à la hauteur avec les contraintes  
Manière d'écrire, d'illustrer

Collectif  
Rapport à l'objectivité, à la neutralité  
Un journalisme bas carbone ?  
Traiter de l'environnement dans un média public, privé, indépendant, etc.  
Dérubricage ?  
Politisation ?  
Indépendance ?  
Traiter de l'environnement – sujet froid / sujet chaud

Ouverture : Quelles perspectives aujourd'hui ? Les évolutions sont-elles révolues ?

### **Le service environnement**

Qui est à l'initiative ? Comment c'est construit ?  
Comment ça se matérialise ?  
Quelles changements ?  
Quelle place ?  
La conférence de rédaction ?  
Échange avec les autres services et enjeux liés au dérubricage  
Formation des membres  
Rôles des membres  
Évolution de la place de l'environnement au sein de la rédaction  
Quelle place dans les diffusions ? Dans le numérique ? Dans les articles ?  
(Pour RFI : Green Team)

## ANNEXE 2 : LISTE DES ENTRETIENS RÉALISÉS

Juliette Quef :

Entretien téléphonique le 4 février 2025 – durée : 25 minutes

Entretien téléphonique le 4 avril 2025 – durée : 38 minutes

*Journaliste, présidente et fondatrice de Vert.eco.*

Anne-Sophie Novel :

Message vocal le 15 février 2025 – durée : 9 minutes

*Journaliste indépendante, coordinatrice de la rédaction de la Charte.*

Steven Jambot :

Entretien téléphonique le 19 février 2025 – durée : 46 minutes

*Journaliste, producteur de l'Atelier des Médias à RFI et coordinateur éditorial des podcasts.*

Olivier Aballain :

Entretien à l'ESJ Lille le 25 février 2025 – durée : 1 heure 36 minutes

*Journaliste, Directeur des études adjoint et Directeur des formations au journalisme à l'ESJ Lille.*

Simon Rozé :

Entretien téléphonique le 12 mars 2025 – durée : 48 minutes

*Journaliste, Chef du service Environnement Climat de RFI*

Sophie Roland :

Entretien téléphonique le 28 mars 2025 – durée : 2 heures 11 minutes

*Journaliste, Formatrice Climat et Biodiversité. Accréditée Solutions Journalism Trainer in Europe*

Thomas Baietto :

Entretien téléphonique le 31 mars 2025 – durée : 48 minutes

*Journaliste Climat Environnement pour les JT de France 2 et France 3*

Stefanie Schüler :

Entretien téléphonique le 1<sup>er</sup> avril 2025 – durée : 1 heure 2 minutes

*Journaliste Environnement Climat à RFI*

Loup Espargilière :

Entretien téléphonique le 1<sup>er</sup> avril 2025 – durée : 26 minutes

*Journaliste, Rédacteur en chef et fondateur de Vert.eco*

Camille Adaoust :

Entretien téléphonique le 7 avril 2025 – durée : 45 minutes

*Journaliste Climat et Environnement à France Info numérique*

Léa Dang :

Entretien *via* Zoom le 10 avril 2015 – durée : 55 minutes

*Journaliste spécialisée environnement, Socialter*

ANNEXE 3 : EXEMPLE D'ENTRETIEN RETRANSCRIT (STEVEN JAMBOT  
– 17 FÉVRIER 2025)

**Loris Woeltz** – Quel rôle avez-vous eu dans la conception de la charte ?

**Steven Jambot** – alors moi j'ai été en fait sollicité par Anne-Sophie Novel que je connaissais auparavant pour participer à une première réunion de réflexion autour de l'idée même de faire un charte de ce type, l'idée de faire un texte de référence. Et moi, elle m'a sollicité à Anne-Sophie spécifiquement pour mon approche média et internationale. Et en fait, ce sont ces deux dimensions-là sur lesquelles j'ai principalement contribué dans l'élaboration de la charte. Pourquoi ? Parce que moi, je connais bien l'écosystème médiatique pour avoir travaillé en radio, en télé, en presse, print web, parce que je présente sur RFI depuis plusieurs années une émission qui s'appelle l'Atelier des Médias qui fait que j'ai quand même un regard sur les pratiques éditoriales, les usages, sur la structuration des rédactions, leur modèle économique aussi, ce genre de choses. Donc moi j'avais, et ce sur quoi j'ai insisté tout particulièrement dans l'élaboration de ma charte, C'est de dire qu'il fallait qu'elle parle au plus grand nombre, ou en tout cas à l'ensemble de l'écosystème médiatique, aussi bien aux rédactions travaillant déjà sur des questions écologiques, voire spécialisées là-dedans, mais qu'en même temps, ça puisse être plus large et donc toucher des rédactions, soit ne travaillant pas directement sur les sujets écologiques, ou en tout cas n'ayant pas de journaliste spécialisé sur ces questions-là, ou alors à des rédactions beaucoup plus grandes pour qu'elles aussi se sentent embarquées dans le projet. Donc ça, c'est la première, dans ces questions-là, dans cette notion d'urgence écologique. Et le deuxième point sur lequel moi, j'ai tenu à insister, c'est le fait de faire un texte qui ne soit pas franco-français. Il n'y a pas le mot France ou le mot « français » ou « hexagonal » ou « parisien » ou que sais-je dans la charte, c'est aussi un truc sur lequel moi j'ai aussi tenu à insister pour que ce texte ait une dimension universelle même si c'est toujours compliqué de parler à tout le monde. On s'en rend compte en tant que journaliste que quand on essaye d'écrire à tout le monde, très souvent on écrit un peu à personne. Et voilà, ces deux dimensions-là sont vraiment celles sur lesquelles moi j'ai insisté plus que le fait de travailler sur les questions écologiques quand bien même j'y suis moi sensible depuis très très nombreuses

années, qu'au moment où on a rédigé la charte, mon épouse, elle travaille chez Greenpeace France maintenant elle travaille chez Ebloom qui est dans la Défense des Océans donc ces questions-là, moi j'en parle dans ma vie perso mais aussi dans ma vie pro. J'avais cette sensibilité là et j'ai apporté cette pierre à l'édifice, à ce collectif qui était constitué de gens d'horizons très divers. Moi, les questions écologiques n'étaient pas au cœur de mon profil, mais je pense avoir eu un apport intéressant pour avoir une approche universelle de ce texte-là dans sa rédaction et donc potentiellement aussi dans sa portée.

**LW** – Parce que, notamment dans cette charte, il y a justement ces questions d'indépendance des médias, à la fois vis-à-vis de l'actionnariat et de la publicité, et comme vous m'avez dit que vous connaissez assez bien la manière dont fonctionnent les rédactions, les médias, les questions éditoriales, qu'est-ce que vous pouvez me dire justement sur ces questions, comment les journalistes peuvent-ils avoir une influence pour ne pas subir la pression des l'actionnariat, des publicités notamment sur les questions écologiques où ça peut créer certaines dissonances, si à côté de votre papier qui dénonce les énergies fossiles qui sont néfastes, vous avez des pubs qui sont pour des SUV ?

**SJ** – en fait ce qu'il faut rappeler c'est que dans l'écosystème médiatique, il y a plein d'acteurs. Il y a des médias qui sont des médias publics, comme l'audiovisuel public en France à bien distinguer de médias d'État, dans certains pays, il y a des médias qui par leur mode de financement, mais aussi leur mode de gouvernance et de nomination de leurs responsables, de comptes à rendre, etc., sont des médias d'État. En France, On a des médias de services publics qui, eux, normalement ont des garanties d'indépendance vis-à-vis de leur tutelle. Ensuite, dans le paysage, il y a aussi des médias qui sont privés, qui appartiennent en France à des grands patrons d'industrie par exemple. Il y a des médias avec le principe de sociétés, d'entreprises. Par exemple, Mediapart, c'est conçu comme une société. Je ne sais plus exactement juridiquement comment s'est qualifié Mediapart. il faudrait vérifier ça mais voilà. Il y a aussi des médias qui sont associatifs, il ne faut pas les oublier en France il y a un tissu de médias associatifs qui est extraordinaire, que ce soit des radios, principalement des radios mais après il y a d'autres médias associatifs dont certains sont de qualité il y a des médias

d'entreprise aussi qui vont être très bons dans leur domaine. Mais ce qui fait qu'on a un paysage qui est divers, avec des enjeux et des latitudes qui sont diverses, il faut se poser la question parfois de, ce n'est pas forcément des articles qui vont être, il y a la dimension potentiellement de censure, même si j'aime pas beaucoup ce mot, mais aussi d'autocensure qui fait que des journalistes vont s'interdire parfois de publier certains articles sur certains sujets. Et après, il ne faut pas toujours regarder ce qui est dit, mais aussi regarder parfois ce qui est omis, ce qui n'est pas mentionné ou ce qui n'est pas traité comme type de sujet. Après pour essayer de remettre l'église au centre du village, il faut rappeler quand même qu'on est dans un pays, dans une démocratie et qu'on a un paysage médiatique en France qui est divers et que donc quand un journaliste dans une rédaction donnée où potentiellement, l'actionnaire propriétaire du journal mettrait des bâtons dans les roues pour qu'un article ne sorte pas ou un sujet ne sorte pas. Dans les 34 000 journalistes encartés en France, mine de rien, c'est un petit monde où tout le monde se connaît, et quand on n'est pas en mesure de sortir un sujet dans un journal, on peut tout à fait, j'ai envie de dire, transmettre le sujet, les éléments que l'on a dans notre possession, à un confrère ou une consœur qui lui ou elle sera en mesure de s'en comparer et de sortir le sujet chez lui donc il ne faut pas non plus croire qu'il y a une omerta et qu'il y a des choses que l'on ne peut pas dire dans la presse française, moi qui travaille dans un média de service public international qui voyage régulièrement dans des pays avec des régimes plus ou moins autoritaires, on ne peut pas non plus dire qu'en France on est dans un pays dans une dictature comme certains peuvent parfois le dire où on ne peut pas tout dire non je veux dire effectivement il y a clairement dans certains médias détenus par le groupe LVMH, il y a certains sujets que l'on ne verra pas. Malgré tout, dans ces médias, il y a des sociétés journalistes, il y a des corps intermédiaires qui font leur boulot, il y a des conférences de rédaction, dans un média en France, normalement la conférence de rédaction est souveraine, c'est elle qui décide des sujets, des articles et des angles et qui donc doit être en mesure de faire son travail mais c'est pas parce qu'on ne lira pas encore une fois, c'est pas parce qu'on ne lira pas un sujet dans un média que ce sujet-là ne sortira jamais sur la place publique, contrairement à ce qu'on peut voir dans de très nombreux autres pays à

travers le monde. Et donc, pour revenir sur la question des questions écologiques dans tout ça, puisque c'est un peu le cœur de notre sujet, oui, on sait très bien qu'une partie de la presse en France est aux mains d'acteurs industriels, etc., où on va dire que les questions écologiques ne sont parfois pas dans leur spectre, dans leur mire ou dans leurs intérêts. Mais après, ce qui est intéressant, c'est de voir aussi que c'est parfois par un fonctionnement par un coup, Ou alors, au gré de l'actualité, ces médias-là ont tout de même parfois parlé d'enjeux écologiques quand ça va dans leur sens. Lorsqu'il y a des enjeux de transition écologique, on sait qu'il y a des grosses possibilités, un gros potentiel de développement industriel lié aux questions, par exemple, d'énergie verte. Et que donc ce n'est pas parce qu'il y a 10 ans, tel industriel ne s'intéressait pas vraiment aux questions écologiques et donc ne souhaitait pas forcément que ça prenne trop de place dans ces médias, que c'est quelque chose qui va durer. J'ai même envie de dire au contraire en fait le tout c'est de voir quelle est l'air du temps plus que l'humeur du moment d'essayer d'avoir un peu la big picture et donc ce qui est simple c'est de se dire que sur les questions écologiques on a vu il y a quelques années quelques petits médias éclore, monter en puissance bien sûr on va parler de Vert, mais il y en a plein d'autres les membres du collectif de la charte le montrent aussi et de voir que eux ont été peut-être à l'avant-garde, Reporterre bien sûr je n'ai pas cité mais Reporterre, c'était sans doute les pionniers, mais que derrière, il y a d'autres médias qui embrayent, et que nous, on voit maintenant à RFI, On a maintenant un service environnement dédié avec une quinzaine de personnes au total, ce qui est monumental pour un média comme le nôtre, avec cet enjeu de médias, de services publics, de traiter des questions d'écologie, pas dans chacun de nos journaux radio mais presque. Et ça change un petit peu tout parce que là il y a une étude qui a été faite par Quota Climat, ils ont recensé le pourcentage de sujets consacrés à l'écologie dans les radios et les télévisions. Et RFI pour la radio et France 24 pour la télé sont loin devant comparativement aux autres, donc ça c'est intéressant de le noter aussi, c'est-à-dire que quand il y a des médias, et notamment des médias de services publics qui ont envie d'être volontaristes sur ces questions-là, et bah ça marche et ça peut avoir un rôle moteur aussi pour

d'autres médias parce qu'il y a cette notion d'exemplarité qui peut inspirer d'autres acteurs de l'écosystème informationnel.

**LW** – Et donc ce service environnement, à RFI, il a été créé quand ?

**SJ** – Il faudrait que je regarde exactement. Il a pas loin d'un an, je pense maintenant, ça doit dater de début 2024, il y a dû y avoir des articles de presse sur le sujet, mais j'ai pas checké exactement le calendrier mais ça fait un an, un an et demi quelque chose comme ça qui a été créé en cherchant des volontaires au sein de l'entreprise et issus de différents services pour créer un service environnement à proprement parler. On avait déjà des gens avec des appétences, on avait déjà une green team qui s'était formée en interne de façon un petit peu informel via un groupe WhatsApp, etc., et puis qui au final s'est structuré jusqu'à devenir un véritable service avec des moyens dédiés, avec des profils différents pour faire et du reportage, et du web, de l'infographie, de la vidéo, voilà, et qui maintenant, eh bien alimente l'antenne en permanence avec des rendez-vous quotidiens comme une chronique matinale qui s'appelle « Questions d'environnement » et puis donc avec l'idée de traiter des questions environnementales de façon transverse, vu que les gens viennent de différents services. Il y en a un qui vient du service économie, par exemple, un autre qui vient du service international. Et puis aussi la puissance d'RFI, c'est les profils de gens qui viennent de rédactions en langue. Donc on a 17 langues au total à RFI. Dans le service environnement, il y a une journaliste chinoise, par exemple, une journaliste espagnole qui produisent pour les versions langue de RFI mais aussi en français, ce qui fait que quand on s'empare des sujets écologiques et qu'il y a des enjeux géopolitiques aussi dedans, on a maintenant des profils, des connaissances et des expertises qui sont ultra-valorisables et donc valorisées, et ça se ressent sur nos antennes. En plus, on a une émission qui est une émission quotidienne, alors elle est 3 ou 4 fois par semaine et qui s'appelle « C'est pas du vent » qui a maintenant plus de 15 ans. C'est une émission d'une heure qui était elle aussi à l'avant-garde Et il y en avait une autre avant celle-là. Donc voilà, nous, sur une radio de services publics internationaux comme la nôtre, qui s'adressons notamment, principalement aux pays du Sud et notamment à la francophonie africaine, ça fait sens que de s'emparer de ces sujets

là parce que nos auditeurs cibles, eux, le changement climatique, ils le voient de leurs yeux au quotidien.

**LW** – Et du coup, on voit bien que de plus en plus aujourd'hui, cette volonté de traiter des questions écologiques à la fois de manière transversale et à la fois de manière plus insistante pour mieux percevoir qu'elle soit mieux perçue et qu'elle fasse de plus en plus partie du débat ce qui aussi dans une émission qui était seulement dédiée à ça et qui était dans cette espèce de rubricage, c'est-à-dire qu'on parle d'environnement quand on parle d'environnement et le reste on s'en fiche, on voit vraiment cette évolution ces dernières années.

**SJ** – Très clairement, mais ça veut dire que de toute façon, là, en ayant maintenant un service dédié avec une direction de service, un chef de service, des adjoints, ça fait aussi que dans les conférences de rédaction, ils et elles sont là et ont voix au chapitre, et quand il est question de tel ou tel sujet, les uns les autres peuvent rebondir et dire là-dessus il y a aussi un angle environnement qu'on peut faire et donc ce qui est intéressant c'est de voir que parfois certains sujets vont être maintenant ils vont tous être matinsés d'écologie de près ou de loin parce que il y a toujours de l'écologie partout dans les sujets politiques dans les sujets économiques même dans les questions musicales on est une radio d'actualité on est un média d'actualité pas un média juste d'info bassement parlant, c'est un média d'actualité. Donc on se doit d'avoir cette notion-là partout. Et effectivement, ce n'est pas juste cantonné à un service ou une rubrique. Maintenant, il faut que ça s'entende un peu partout sur l'antenne. Et donc ça, c'est passé aussi par des formations en interne, on a eu des formations à toutes les échelles du groupe jusqu'à la direction du groupe France Média Monde par exemple on a fait des formations tout le monde ici chez nous a fait des fresques du climat ça c'est génial c'est sûr que ça prend du temps et qu'il dit temps dit de l'argent et qu'il y a des gens qui sont démobilisés pour se prendre du temps à faire ça mais on apprend beaucoup au cours de moments comme ça et de ce genre de trucs. Une fresque du climat, c'est le b. a.-ba et pourtant tout le monde n'en fait pas partout. Et nous aussi toujours avec l'enjeu de se dire prudence, il faut être bien formé, bien équipé pour ne pas se laisser avoir par des initiatives qui pourraient être du greenwashing. voilà donc cette hyper vigilance on sait qu'on

doit l'avoir au quotidien ce qui est compliqué dans des médias d'actu qui tournent 7 sur 7, 24 sur 24 comme nous mais voilà mais maintenant on l'a avec des gens qui débarquent pas sur le sujet non plus de l'environnement si c'est bien d'avoir un regard neuf plutôt que d'avoir, parce que ce qu'on voit aussi beaucoup, c'est des gens qui sont je ne citerai pas de nom, mais des journalistes qui travaillent sur les questions environnementales dans les médias français, qui sont grisés, usés et fatigués de voir que il se démène depuis des années pour tirer la sonnette d'alarme et il voit que rien ne se passe, voire qu'on régresse je veux dire j'aimerais pas être aux Etats-Unis actuellement journaliste environnement dans un média comme le New York Times ou Washington Post ou dans une antenne locale de la NPR je me dirais mais au secours tout ça pour ça c'est à partir en dépression un petit peu comme le spleen ou la détresse des employés d'ONG environnementales à la fin de chaque grand rendez-vous international à la fin de chaque conférence des parties à la fin de chaque COP il y a toujours masse de burn-out chez ces gens-là parce qu'ils donnent tout et ils se rendent compte à la fin que rien ne change donc nous l'idée c'est de de s'emparer de ces questions-là avec honnêteté, détermination et un peu de passion aussi, parce que c'est un métier passion, bien sûr, le journalisme, et les débats peuvent être passionnés, Mais il faut faire preuve de savoir faire et d'avoir la tête sur les épaules, garder la tête froide aussi. Et c'est pour ça que travailler en service sur ces questions-là pour une grosse rédaction comme la nôtre, internationale, multilingue et tout, ça fait pleinement sens parce que du coup on a vraiment un collectif qui a des réunions de service, quand vous mettez 15 personnes d'une même rédaction qui travaillent sur ces questions-là avec une démarche, une approche de service public international, ça dépote quoi. Mais qui en plus se posent des questions. Le plus gros enjeu aussi c'est de voir comment est-ce qu'on réussit à être suffisamment explicite, tirer la sonnette d'alarme sans en même temps être hors sol comparativement à certains de nos publics cibles pour qui ce n'est pas forcément toujours une préoccupation majeure ou alors qu'ils ne réalisent pas que c'est une préoccupation majeure. Alors là, c'est vrai que dans certains médias français, il y a quelques années encore, certains médias disaient que les questions écologiques, ça ne fait pas de clics sur le site Internet, ça ne fait pas d'audience sur l'antenne, etc. En fait, tout dépend

comment on le fait, comment on le raconte. Et si on explique aux gens qu'il y a des actions très concrètes qui peuvent être faites, des choses sur lesquelles ils peuvent agir à leur niveau, ils le font. ils le font ou ils y sont sensibles et ils n'éteignent pas le poste de radio ou la télé ou ils ne laissent pas tomber le journal par terre mais en même temps du coup ce qu'il ne faut pas non plus oublier c'est que les enjeux écologiques ce sont des enjeux éminemment politiques et que donc juste ramener tout aux actions individuelles dire à chacun Il faut trier ses déchets. Il faut faire ceci. Il ne faut pas prendre une douche pas plus de X minutes. Il ne faut pas prendre de bain. Il faut rouler l'électrique, etc. Là, on se rend compte que ce n'est pas non plus de vouloir, comment dirais-je, culpabiliser les gens, c'est absolument pas une bonne approche, parce que tout est politique, et parce qu'en fait c'est au niveau des décideurs Il faut agir. Donc dire que c'est au niveau des décideurs qu'il faut agir, ça veut dire qu'il faut aussi donner la parole à la société civile, se faire l'écho d'initiatives mobilisatrices et montrer qu'il y a des actions, qui payent, voilà, et de dire qu'il y a des pays là-dessus, parce qu'il faut toujours regarder ce qui se fait chez le voisin pour voir ce qu'on peut faire chez nous, je ne sais pas, là par exemple ce matin en conférence de rédaction on parlait de la Chine on parlait de Pékin spécifiquement et un ancien correspondant à Pékin dans la salle ils disaient, moi quand j'y étais il y a quelques années basé à Pékin, j'y passais 4 ans quand je sortais de chez moi le matin je regardais le ciel et il n'était pas bleu Je ne voyais que le brouillard de pollution, quoi. Et maintenant, à Pékin, quand on sort le matin dans la rue, on lève les yeux, on voit un ciel bleu. Eh bien voilà, ça veut dire que les Chinois ont fait quelque chose, qu'ils ont décidé qu'il fallait dépolluer Pékin, ils ont réussi à dépolluer Pékin. Bah ça, il faut le raconter, l'expliquer, peut-être aussi expliquer les effets de bord de la décision. Donc il faut enquêter, voir si ça ne s'est pas déplacé ailleurs dans d'autres villes ou comprendre est-ce que c'est juste qu'on a envie de faire de Pékin la vitrine de la Chine et puis le reste, n'importe peu, point. Voilà, donc sortir, aller à la rencontre des gens, développer un carnet d'adresses, un réseau, faire le choix des mots, le bon choix des mots, d'avoir appuyé sur une charte effectivement nous France Média Monde a décidé avant même de lancer de signer cette charte a décidé enfin non d'abord a signé cette charte Et puis après, dans la foulée, pas longtemps après, à créer son service

environnement. Donc voilà, c'était bien qu'un groupe comme le nôtre, France Médiamonde, se trouve associé à d'autres types de médias, Mediapart, Mediacité Splant et d'autres médias plus confidentiels c'est encore une fois ce qui ne veut pas dire parce que cette charte elle est très bien mais on n'a pas nous on n'a pas organiser le système d'audit de vérification des médias signataires pour voir s'ils respectaient absolument chacun des points de la charte c'était pas notre... bah déjà on est pas bâti pour ça. On est collectif, on n'a pas les moyens. On n'est pas organisé pour ça. Mais ce qui est intéressant, c'est de voir que dans la foulée de cette charte, on a vu d'autres médias, à défaut de la signer, créer la leur. Ce qui, je pense, est un bon point. Moi, je vois plutôt le bon côté des choses. Moi, je me dis, OK, ça veut dire qu'ils ont lu notre charte. Forcément, ils ont lu notre charte et ils ont pris un engagement vis-à-vis de leurs lecteurs sur les bases qui sont les leurs. Ils ont peut-être expurgé le point sur les actionnaires par exemple, etc. Mais il y a d'autres points qu'ils ont repris. Par exemple, le droit à la formation sur les questions environnementales, etc. Donc tout ça, il faut plutôt voir le bon côté des choses quand même, de se dire qu'elle est là, on l'a postée, on l'a mise en ligne, on l'a diffusée à un instant T. On a veillé, par contre, dans la rédaction du texte et dans le choix des mots, de ne pas avoir un contenu qui soit daté. c'est à dire que je pense que si on la lit maintenant elle ne paraît pas datée, datée par rapport au moment où on l'a publiée et je pense que si on la lit dans 5-10 ans elle sera toujours dans l'air du temps c'est pour ça qu'on n'a pas titré sur charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence climatique parce qu'en fait on a jugé qu'écologique était plus large parce que ça nous permettait de parler d'environnement/climat/biodiversité. Donc c'est un peu dire on s'inscrit dans le temps long et on donne une direction et pas une directive, parce qu'on n'est pas là non plus, je pense, pour fliquer nos confrères et nos consœurs, mais plutôt pour que ça fasse germer des idées et que certains qui... donc de dire que ça va ça peut donner des idées ça peut inspirer et puis voilà, allons de l'avant !

**LW** – Alors il y a quelque chose de très intéressant du coup dont vous m'avez parlé, c'est justement des enjeux politiques et ces enjeux politiques. La charte propose notamment de « questionner le modèle de croissance et ses acteurs économiques, financiers et politiques, leur rôle décisif de la crise écologique ». Elle

rappelle que « l'essentiel des bouleversements est produit à un niveau systémique » ce qui « appelle des réponses politiques », c'est ce qu'il y a écrit dans la charte. Alors, c'est des points qui, il y a quelques années, auraient été très difficiles à entendre, très difficiles à dire et qui sont peut-être même aussi plus faciles à dire quand on est un média alternatif ou indépendant comme Vert ou Reporterre. Et qui réinterroge justement cette question de la neutralité ou de l'objectivité du journalisme qui pendant longtemps, peut-être encore aujourd'hui, était un objectif des journalistes et peut-être le vôtre. On a des journalistes justement dans ces médias-là qui disent, qui pensent que la neutralité journalistique, c'est un mythe, et qu'il faut absolument repolitiser les questions et remettre de la politique dans le traitement médiatique des choses. Je voulais savoir quel est votre avis et comment sont pensées ces questions-là au sein de RFI ?

**SJ** – La neutralité journalistique, pour moi, c'est un mythe complètement. On est forcément le fruit de, en tant qu'individu déjà, de son parcours, de ses origines sociales, de sa culture, sa religion, sa langue, des rencontres que l'on a fait. On est aussi le fruit de la société dans laquelle on évolue, société dans son sens aussi bien le plus large, dans le sens de villes, de régions, de pays, de continents comme l'Europe, etc. Mais aussi société dans le sens d'entreprise et dans le sens de collectif, une rédaction étant d'une certaine façon un collectif de journalistes avec ses individualités et qui, assemblé, donne un tout. Donc on ne peut pas être ni objectif ni totalement neutre à estimer que l'objectivité ou la neutralité existe tout simplement. Par contre, s'il y a des choses sur lesquelles tout journaliste normalement constitué, respectant des principes et des standards d'éthique et de déontologie doivent se mettre d'accord, c'est de se dire qu'il y a des faits. Il y a des constats. Quand les scientifiques du GIEC dressent un tableau et font un peu de prospective et nous disent qu'on va droit dans le mur, je veux dire, on ne va pas être neutre et de dire, selon les scientifiques du GIEC, on va droit dans le mur, mais selon les climatosceptiques, selon M. X et Mme Y, de l'autre côté, en fait, non, on ne va pas du tout aller dans le mur, tout va bien détendez-vous. Non, on ne peut pas être neutre face à ça. Donc on doit simplement nous dire quels sont les faits pour que les citoyens soient bien armés pour décider de qui ils veulent

mettre au pouvoir dans leur pays quel qu'il soit ou dans leur village quel qu'il soit pour prendre en compte et prendre en main les affaires publiques avec les impacts sur certaines questions et les impacts directs que certains choix politiques peuvent avoir donc moi je dirais plutôt je dirais plutôt non on a plutôt une convergence vers le fait qu'il faut se retrousser les manches et prendre des décisions fortes sinon on va dans le mur et ça, qu'on travaille à Vert, à Basta à Reporterre ou à France Télévisions, je pense que là-dessus, tout le monde est à peu près d'accord. Et ce qui se passe ces dernières semaines ces derniers mois les événements climatiques extrêmes ne font que nous confirmer Mais ce qu'il faut plutôt se dire, justement, c'est maintenant d'où on donne encore la parole à certains climato-sceptiques, D'où on laisse certains propos être tenus sur certains plateaux de certaines chaînes de radio ou de télé par des toutologues, ces spécialistes qui sont capables de parler de tout et de rien, mais qui ne connaissent rien du tout. Donc il y a des enjeux qui sont des enjeux de responsabilité, de respectabilité de la part de certains médias. Après, il est sain quand même qu'il y ait des lanceurs d'alerte, qu'il y ait des médias qui soient peut-être plus à l'avant-garde que d'autres, qui traitent de ces enjeux-là de façon spécialisée et qui sont peut-être moins accessibles au commun des citoyens. Donc d'où le fait qu'il est sain qu'il y ait des médias de service public comme nous qui s'emparent des trucs. Et puis il y a aussi même dans certains médias qui soient lancés par des groupes je sais pas, si on regarde 2050Nat qui a été créé par le groupe Les Echos / Le Parisien, c'est un média vidéo, pensé comme une plateforme avec des newsletters, ok, c'est LVMH mais leur petit grain, leur apport sur les questions de la transition écologique liés au monde de l'entreprise est intéressante. Il ne faut pas non plus minimiser parce que aucun citoyen ne lit un seul média. Qu'on le veuille ou non, l'information vient à nous et on peut aller chercher l'information un peu partout. Et donc mis bout à bout, tous ces médias là, qu'est-ce que ça donne comme paysage et comme latitude du traitement des enjeux écologiques.

- LW** – Comment on fait face justement aux désinformations et aux climato-scepticisme. Est-ce qu'il y a des stratégies ?
- SJ** – Oui, la stratégie, c'est plutôt d'essayer de questionner les faits, voir quel est l'agenda de celles et ceux qui font de la désinformation sur les questions

écologiques. Qui les finance, en fait ? Qui les finance et comment tordent-ils les faits ? c'est ça le truc, très souvent ils tordent les faits, ou alors ils vont mettre bout à bout des faits qui n'ont pas à être mis bout à bout c'est comme si on se mettait à additionner des pourcentages bêtement sans que ni tête donc nous la stratégie c'est plutôt de dire d'essayer d'avoir une approche froide factuelle des faits mais en même temps de montrer les choses montrer par l'image utiliser des rapports faire des rapports aux gens si on leur parle que la déforestation au Brésil ça représente la taille d'une région française comme la Bourgogne, je ne sais pas, par exemple, je dis une bêtise, et ça, ça parle aux gens. Ça, ça parle aux gens. C'est ce genre de choses qu'il va falloir parler avec leurs mots, mais ne pas considérer que les lecteurs et les auditeurs et les spectateurs sont bêtes non, les gens sont pas cons par contre ils ont besoin d'avoir des bons éléments pour comprendre. Il faut qu'on donne des éléments pour leur donner à penser, à réfléchir, pour être des citoyens éclairés, quoi. Encore une fois, c'est-à-dire, dans un pays, des gens bien informés sont des citoyens et des gens mal informés sont des sujets en fait mais nous on n'est pas dans ce genre de pays ici en France et en même temps on a ce rôle là en plus avec ma perspective les médias de service public international on est mis très souvent dans des pays où il y a d'un côté des médias qui sont privés et de l'autre côté des médias qui appartiennent à l'État et qu'il n'y a pas de média indépendant entre les deux et c'est là qu'on intervient

**LW** – alors maintenant j'aimerais qu'on revienne un peu à votre travail à l'atelier des médias mais aussi en tant que coordinateur des podcasts. C'est quoi votre rôle en tant que coordinateur des podcasts ?

**SJ** – Ça n'a rien à voir avec l'environnement du tout. Moi j'accueille tous les podcasts, qu'ils viennent de l'intérieur de RFI ou de gens extérieurs à l'entreprise, pour faire des séries audio, souvent en développant une démarche d'auteur, de récits, de reportages, d'enquêtes. et donc quiconque a une proposition me contacte et puis bon après une fois que c'est soumis au comité de direction de RFI qui approuve ou pas la proposition et bien j'accompagne chacune des étapes. Et L'Atelier des Médias, c'est une émission hebdomadaire sur l'actualité médiatique au sens large à l'ère numérique. Donc souvent je reçois, sous forme d'invité, j'en reçois un ou plusieurs invités ou je fais des émissions, reportages parfois ou des regards croisés

avec des acteurs de l'écosystème informationnel qui peuvent être des journalistes mais ça peut être aussi des communicants, des consultants, un type de profil, de gens qui sont en lien avec l'information, mais c'est pas une émission d'info, c'est pas une émission sur l'actu des médias, c'est vraiment sur un regard large, posé, et qui ne soit pas franco-français, ou en tout cas, de toujours se dire qu'il faut que ce soit ça informe et peut-être aussi ça inspire les auditeurs de RFI sur l'écosystème médiatique et ce qui s'y passe en matière d'information, de désinformation, de rôle des plateformes, de grandes tendances.

**LW** – J'aimerais maintenant que vous me parliez de votre parcours, à la fois pour devenir journaliste, mais aussi de la place des questions d'écologie dans votre parcours et votre rapport à ces questions.

**SJ** – Moi j'ai fait un bac économique et social, ensuite j'ai fait une licence d'histoire. L'année de ma licence, j'ai passé les concours des écoles de journalisme et j'ai fait l'école de journalisme de Toulouse. Et puis j'ai toujours multiplié les expériences dans plein de médias différents. Donc ça, vous le verrez sur mon LinkedIn. J'ai fait aussi bien j'ai commencé beaucoup à France 24 en tant que journaliste web, mais aussi à faire des chroniques sur l'antenne, j'ai bossé un peu à Courrier International, j'ai bossé un peu dans un site de débat en ligne orchestré par des journalistes qui s'appelaient newsring.fr il n'y a jamais vraiment eu beaucoup d'écologie dans mon approche médiatique ni dans ma formation mais j'ai toujours eu une sensibilité à ça de par ma famille Par exemple, mon père était, mon père, il a toujours été adhérent à Nature et Progrès, qui est une des associations, qui fait aussi du label à l'agriculture biologique. Mon père a été, jusqu'il y a quelques années, viticulteur dans l'AOC Moselle, où il faisait du vin contrôlé par Ecosert avec le logo AB sur la bouteille. Ces questions là quand même, c'est un marqueur et puis on avait toujours des paniers de légumes bio toutes les semaines à la maison quand on se faisait livrer par une amap j'ai grandi là dedans quand bien même je n'en ai pas un traitement où ça n'a pas été déterminant dans mon parcours mais c'est toujours là c'est-à-dire que quand je reçois certains invités je ne vais jamais oublier l'Afrique et je ne vais jamais autant que faire se peut oublier les questions écologiques si c'est déterminant sur le profil de l'invité que je reçois

ou s'il y a moyen de le placer pour une raison X ou Y. Donc, voilà. C'est plutôt de se dire qu'on ne doit pas l'oublier dans notre approche en tant que journaliste.

**LW** – Et donc il y a aussi eu des formations à l'interne sur les questions environnementales ?

**SJ** – oui, il y a eu des formations pour certaines sur la base du volontariat, il y a eu des formations après il y a eu des formations spécifiques pour les personnes du service environnement. Après il y a eu des séminaires d'entreprise où tout un chacun était le bienvenu pour monter en compétence sur ces questions-là.

**LW** – Et ces formations, elles portent à la fois sur les questions d'écologie au sens scientifique, mais est-ce qu'il y a aussi des questions, justement, sur l'importance des questions politiques, économiques ?

**SJ** – Là, c'est trop m'en demander. Honnêtement, je ne sais pas. Parce que moi, j'en ai fait une ou deux, mais je pense que là, il vaudrait mieux se rapprocher des gens du service environnemental qui pourront dire s'il y a eu et plutôt raconter quelle a été leur expérience et comment ils ont acté de ne plus employer... le choix des mots par exemple. Est-ce qu'on utilise changement climatique, dérèglement climatique, urgence climatique comment on qualifie est-ce qu'on qualifie les événements climatiques extrêmes, les manière de dire quoi. Après de la dire que nous, il y a un choix pour épinglez les politiques ou certaines politiques d'une façon ou d'autre, je pense que là, pour le coup, on essaye de faire notre travail avec honnêteté, avec rigueur, et on n'est pas... je ne vais pas dire qu'on n'est pas là pour mettre dans la paix ou pour être dans la dénonciation systématique forcément on va se faire l'écho de ce qu'il dit de ce qu'il se fait de certaines conséquences de certains choix politico-économiques de certaines décisions au plus haut sommet d'État ou des non-décisions dans des conférences internationales, on a bien sûr mis à l'index tout ce qu'ont fait certaines grandes entreprises françaises en Afrique, dans le forage pétrolier par exemple. Mais ça, c'est plutôt le service environnement qui peut en parler pour le coup.

**LW** – Et il y a encore une question qui est justement assez importante pour un média international, c'est comment on pratique un journaliste qui soit bas carbone ?

**SJ** – Alors ça c'est une grande question. Là-dessus, j'ai envie de dire déjà qu'il faut s'appuyer sur un réseau de correspondants, qu'ils soient locaux ou internationaux

en fonction. C'est sûr qu'il faut se poser la question de comment on se déplace. Mais bon, la question, elle est tentaculaire. Parce qu'en fait, ça peut aussi être où doivent être placés nos serveurs ? Comment sont refroidis ces serveurs ? Sont-ils dans un hangar, où la clim souffle à fond, où sont-ils dans la glace au Svalbard, c'est une connerie, mais c'est presque ça, en fait, de dire il y a plein d'enjeux derrière tout ça mais c'est aussi déjà de se poser la question de quand on se déplace, pourquoi on se déplace nous en tant que journaliste, quand on prend un avion pourquoi on prend un avion est-ce que ça fait sens d'y aller et si on y va, est-ce qu'on y va mais bon c'est pour des questions écologiques mais aussi des questions tout simplement financières, tout simplement de se dire est-ce que c'est pertinent de monter à trois dans un avion pour un sujet d'une heure sur une antenne radio. C'est pour ça que moi, en fait, moi, dans mon approche un peu perso, ce que je fais toujours je ne prends jamais un avion si c'est juste pour passer deux jours quelque part et puis faire une émission et revenir je me débrouille pour qu'il y ait une action sur place de formation en plus de l'émission pour qu'il y ait des moments de convivialité, d'échange mélange, journaliste, blogueur acteur de la société civile tout ça, pour que en gros qu'il soit motivé de multiples façons ce déplacement mais ça c'est plus compliqué de le faire pour des missions d'actualité parce qu'il y a certaines fois quand une actualité est brûlante il convient de dépêcher quelqu'un sur place pour raconter ce qu'il se passe ou pour prêter main forte à notre correspondant sur place qui se retrouve tout seul et qu'il ne peut pas tout gérer parce qu'il n'est pas Shiva. Donc, c'est ça. Donc, tendre vers un journaliste de la carbone, c'est sûr, c'est intéressant. Attendez, même une ONG référente, même les grandes ONG internationales environnementales, si WWF, Greenpeace, etc., elles ne sont pas zéro carbone. Elles-mêmes ne le sont pas. donc je veux dire demander à un média de l'être c'est encore plus vain. Par contre il faut se poser la question, quel impact quel impact environnemental de l'activité journalistique. Mais je me souviens quand j'en avais parlé à un journaliste de médias à Jacques Transo qui est le fondateur de Médiacité je lui avais posé cette question là en disant vous montrer exemplaire sur plein de points quid de devenir un jour un média zéro carbone et effectivement c'est une question que j'ai posée il y a 4-5 ans maintenant mais à laquelle lui-même ne s'attendait pas, et qui en

même temps fait ses sens et qui les a amenés à repenser certaines de leurs pratiques aussi. Mais voilà, il faut repenser au rôle des journalistes locaux, des correspondants, mais il faut les faire monter en compétences eux aussi donc ça veut dire que parfois il faut les faire venir à Paris dans un pays centralisé comme le nôtre pour les former ou alors aller à leur rencontre mais bon aller à leur rencontre, dans un sens comme dans un autre, c'est des déplacements, des billets d'avion, donc on crame du pétrole, au bout d'un moment.

**ANNEXE 4 TABLEAU SYNTHÉTISANT LES INFORMATIONS DISPONIBLES  
SUR LES PRODUCTEURS DE LA CHARTE POUR UN JOURNALISME À LA  
HAUTEUR DE L'URGENCE ÉCOLOGIQUE**

<b>Nom</b>	<b>Prénom</b>	<b>Formation en journalisme</b>	<b>Spé environnement</b>	<b>Activités de formation</b>	<b>Média</b>
Adaoust	Camille	Hypokhâgne (2011-2013) IFP Licence Infocom (2013-2014) <b>Sciences Po Paris Journalisme (2014-2016)</b>	Oui	Sciences Po Paris depuis 2023	Franceinfo
Baïetto	Thomas	Sciences Po (2007-2010) <b>Sciences Po Paris Journalisme (2010-2012)</b>	Oui au moins depuis 2023	Sciences Po Paris 2015-2020 puis depuis 2023	Franceinfo puis journal météo climat en 2023 puis JT France 2 et France 3 depuis 2024
Berland	Lucile	Sciences Po Lyon (2010-2015) <b>CFJ (2013-2015)</b>	Non précisé	Non	Indé
Binctin	Barnabé	Non précisé	Non précisé	Non précisé	Non précisé
Boudard	Lauren	Paris Dauphine PSL (2008-2014)	Oui	Non	Climax
Brillaud	Rafaële	Hypokhâgne Paris 1 Maîtrise de philosophie <b>CELSA</b>	Non	ESJ Lille depuis 2021 (précédemment à Strasbourg entre 2019 et 2021)	/
Cholez	Laury- Anne	Université Bourgogne Europe Master Journalisme (2007)	Oui	Non	Reporterre
Dang	Léa	Hypokhâgne (2013-2015) Panthéon-Assas Licence Infocom (2015-2016) Panthéon-Assas Master Sciences politiques et sociales, mention média, info et com (2016-2017) Sciences Po Master politiques publiques (2017-2020)	Oui	Non	Indé (Socialter depuis 2023)
Debove	Laurie	ICM Grenoble Licence Infocom (2009-2010) CFPJ Journaliste reporter d'images (2016-2017)	Oui	Non	La Relève et la Peste
Espargilière	Loup	Sciences Po Lyon Master Journalisme (2010-2015) <b>CUEJ (2014-2016)</b>	Oui	Esj Lille Samsa	Vert.eco

				Vert.eco	
Feydel	Sandrine	<b>CUEJ (1996-1998)</b>	Oui	Non	France TV
Gardette	Hervé	Sciences Po Lyon (1986-1989) <b>IJBA (1991-1992)</b>	Non	Non	France Culture (L'esprit public) et Arte (28 minutes)
Geiselhart	Dan	Non précisé	Oui	Non précisé	Climax
Héraud	Béatrice	Sciences Po Rennes (1998-2002) <b>CFJ (2002-2004)</b>	Oui	Samsa Imagine 2050 CFPJ	Indé (Youmatter depuis 2024)
Jambot	Steven	Paris 1 Licence Histoire (2005-2007) <b>EJT (2007-2010)</b>	Non	Non	RFI (L'atelier des médias)
Kempf	Hervé	Sciences Po Paris	Oui	Non précisé	Reporterre
Le Bot	Julien	Rennes 2 Maîtrise Histoire (2001-2003) Paris-Sorbonne Maîtrise Philosophie (2003-2005) <b>IFP (2005-2007)</b>	Non	Samsa (2021-2024)	Arte
Mayo	Carine	Non précisé	Oui	Non	Indé
Moritz	Paloma	Sciences Po Paris (2009-2012) Sciences Po Paris Communication et Media (2012-2013) Fudan University Master Journalisme (2014-2015)	Oui	Non	Blast
Novel	Anne-Sophie	Université Bordeaux Master International Economics and Finance (2000-2003) Sciences Po Paris Master International Economics (2003-2004) Sciences Po Paris Doctorat Economy and Terrorism (2004-2008)	Oui	ESJ Lille	Indé (Vert.eco pendant la campagne présidentielle, au moment de réaliser la <i>Charte</i> )
Quef	Juliette	Sciences Po Lyon Master Affaires Européennes (2011-2016)	Oui	Vert.eco	Vert.eco
Roland	Sophie	Hypokhâgne (1990-1991) Sciences Po Strasbourg (1991-1994) <b>CFJ (1995-1997)</b>	Oui	Sciences Po Paris France Télévisions Imagine 2050 CIRCOM	/

				ESJ Lille Solutions Journalism Network IJBA	
Servant	Millie	Université Poitiers Licence Lettres (2008-2011) Paris 1 Master Métiers des arts et de la culture puis Master Multimédia interactif (2011-2014)	Oui	Non	Climax
Vion-Dury	Philippe	Grenoble III Double licence LEA / Droit international public et européen (2008- 2011) University of Aberdeen Master 1 Droit international et européen (2011-2012) <b>CFJ (2012-2014)</b>	Oui	Non	Socialter (2014- 2023) Fracas depuis déc. 2023

ANNEXE 5 CHARTE DES JOURNALISTES ALLEMANDS ET AUTRICHIENS  
(VERSION ANGLAISE)

**Charter of the Climate Journalism Network Austria**

The climate crisis already touches all areas of our lives — and thus all areas of journalism. Climate journalism explains the crisis and shows causes, consequences and solutions.

The climate crisis is not one topic but — like democracy and human rights — is one dimension of every topic. Climate journalism is therefore not limited to individual events and cannot take place solely within narrow departmental and jurisdictional boundaries.

Climate journalism draws on the findings of social and natural sciences in an interdisciplinary manner, keeps an eye on other ecological crises such as species extinction, and is guided by the best research. In light of the urgency of the crisis, climate journalism constructively points out solutions and critically evaluates them to foster informed democratic discourse.

Climate journalism needs supportive structures. Publishers and broadcasters bear responsibility on different levels: they should provide training and education for their editorial teams and divest from fossil fuels and corresponding advertisements.

Dependence on fossil fuels drives wars and conflicts. Climate journalism makes this transparent and shows pathways to global climate justice. It illuminates the causes of social inequality and the effects of the climate crisis along lines of background, wealth, gender and other demographics.

Short-term economic interests jeopardize the medium- and long-term interests of humanity and nature. Climate journalism avoids „false balance“ and exposes the evasive and deceptive tactics of individuals, corporations and organizations.

The climate crisis is human-caused. Fundamental changes in our ways of living and doing business are needed immediately to limit global warming. The Global North bears historical responsibility for the climate crisis through colonialism and the growth paradigm of its economies. Climate journalism acknowledges this and confronts those responsible with the fact that they are steering the world into an irreversible catastrophe if they do not act decisively in the coming years.

Climate journalism makes clear that the climate crisis also threatens democracy and fundamental rights. The Paris Climate Agreement of 2015 and the resulting commitment to limit global warming to 1.5 degrees Celsius at best are guiding principles and guardrails for climate journalism.

In view of this, climate journalism contributes — by educating the public — to a clear ethical and ecological goal: the preservation of the basis of life for all living beings on this planet.

April 2022



## Charte *Ouest-France*

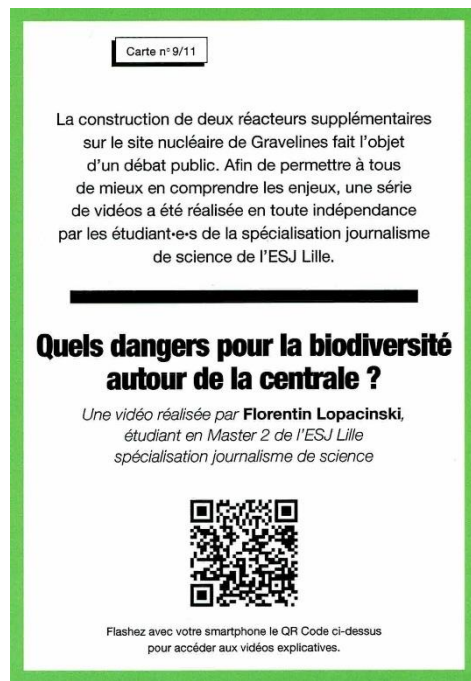
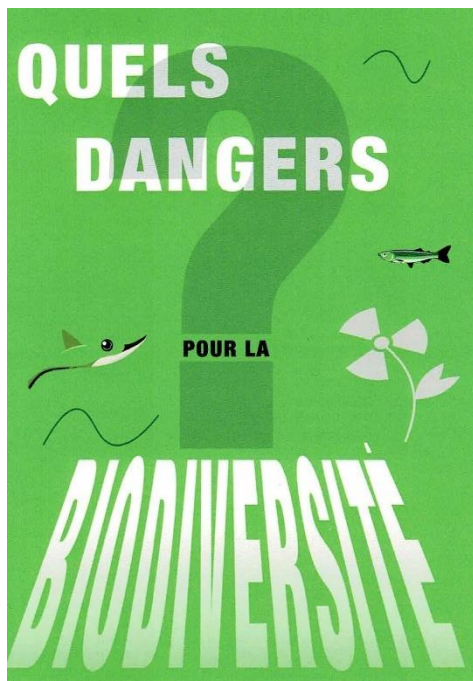


### pour un journalisme au niveau de l'enjeu écologique

*Ouest-France*, média indépendant propriété d'une association à but non lucratif, l'Association pour le soutien des principes de la démocratie humaniste, s'engage à :

- 1 **se placer du côté du consensus scientifique** : les activités humaines sont responsables du dérèglement climatique et de l'effondrement de la biodiversité ;
- 2 aborder dans ses publications les questions de climat, de biodiversité ainsi que leur impact social et économique, **dans toutes les thématiques** plutôt que de les cantonner à une rubrique ;
- 3 **continuer de traiter tout événement et information**, y compris ceux qui ont un impact négatif sur l'environnement, à la dimension qu'ils méritent et avec discernement, sans faire l'impasse sur leurs conséquences environnementales ;
- 4 **se questionner en permanence** sur les incidences environnementales, des sujets du quotidien jusqu'aux grands projets et événements ;
- 5 **multiplier les sujets environnementaux sur tous ses supports** avec une approche pédagogique adaptée à tous les publics et à toutes les générations ;
- 6 **donner les clés aux lecteurs** pour comprendre, débattre, agir, en axant les contenus sur l'explication, l'enquête et le reportage ;
- 7 **faire preuve de vigilance face aux promesses**, postures et discours affichés comme « vertueux » par les entreprises, les politiques, les institutions, les associations, les médias, etc. ;
- 8 **partager les solutions individuelles et collectives** ; car tout ne doit pas peser sur l'individu, les solutions sont également une affaire d'impulsion politique et économique, qui doit être questionnée ;
- 9 **choisir un vocabulaire et une iconographie pertinents**, qui n'induisent pas en erreur ni ne minorent la réalité ;
- 10 **former de façon continue sa rédaction** aux problématiques environnementales et mettre à disposition une boîte à outils ;
- 11 **réduire l'impact environnemental de sa rédaction** et favoriser les modes de déplacement les moins polluants ;
- 12 **publier les objectifs chiffrés** de réduction des émissions carbone de l'entreprise *Ouest-France* et continuer de refuser des contenus d'annonceurs dont les messages ne seraient pas conformes à ses engagements, quel que soit le budget associé ;
- 13 **rendre régulièrement compte de son action** en faveur de l'environnement auprès de ses lecteurs.

ANNEXE 7 CARTES POSTALES PRODUITES PAR LES ÉTUDIANTS DE L'ESJ LORS DU DÉBAT PUBLIC SUR LA CONSTRUCTION DE NOUVEAUX RÉACTEURS NUCLÉAIRES À GRAVELINES



## ANNEXE 8 FOIRE AUX QUESTIONS DE LA CHARTE OUEST-FRANCE

La charte Ouest-France pour un journalisme au niveau de l'enjeu **écologique** a été dévoilée le 2 février 2023 en présence de scientifiques du Giec et du Haut conseil pour le climat.

### Pourquoi cette charte ?

Son introduction le résume :

*Depuis la fin du XIXe siècle, du fait de l'activité humaine, la température moyenne mondiale a augmenté d'au moins 1,1° C dans le monde et de 1,7°C en France, selon le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (Giec); et environ 1 million d'espèces animales et végétales sont aujourd'hui menacées d'extinction*

*Or, « les médias ont un rôle crucial dans la perception qu'a le public du changement climatique, sa compréhension et sa volonté d'agir », souligne le Giec, dans son rapport d'avril 2022. Les citoyens attendent aussi un traitement des médias à la hauteur des enjeux.*

61% des Français ont en effet classé en 2021 le réchauffement climatique parmi leurs deux premières préoccupations, selon le Cepremap (le Centre Pour la Recherche Economique et ses Applications) **Plusieurs rédactions ont signé la charte de Vert** pour un journalisme environnemental sortie au printemps, et d'autres ont fait la leur : Sud Ouest, Radio France...

### Pourquoi ne pas avoir uniquement signé la charte de Vert ?

**Parce que OF fait toujours ses propres chartes** ([faits divers justice](#), Pour une [juste place des femmes](#) etc.) et c'est mieux pour la mettre en œuvre de faire la nôtre, avec notre ADN, et d'en faire un véritable engagement, un pilier éditorial comme il est rappelé dans l'intro de la charte.

Où on peut lire notamment que **Ouest-France s'engage à développer un journalisme encore plus investi dans l'écologie et de rendre compte, expliquer, décrypter les problèmes et diffuser les solutions. Et que L'écologie est l'affaire de l'ensemble des journalistes d'Ouest-France.**

Par ailleurs, il est plus aisé de faire adopter et mettre en œuvre la charte aux journalistes quand elle a été faite par des journalistes en interne.

### Ouest-France devient-il alors un journal « militant » ?

Il n'est **aucunement question de militantisme** mais de faire notre travail de journaliste et de nous former aux connaissances de base. **Nous (les journalistes) manquons souvent de bases scientifiques**, utiles pour bien traiter les sujets environnementaux. Or, il est de notre devoir d'informer comme il se doit sur la menace la plus importante à laquelle l'humanité ait été confrontée.

### Ce réseau environnement, c'est quoi concrètement?

Un **réseau environnement** a été refondé, co-piloté par Yves Gourmelon (pilote du desk), Alan Le Bloa (service France) et Virginie Enée (adjointe au Pré Botté). Il compte 200 journalistes membres, sur la base du volontariat. Ils peuvent être au siège, au service France comme à Lisieux ou à Douarnenez.

Nous tenons une réunion mensuelle en visioconférence pour partager nos idées, soucis, questionnements de chacun dans sa manière de traiter les sujets climat/biodiversité dans sa rédaction, au quotidien. Mais aussi pour réfléchir aux dossiers/enquêtes environnement à paraître en pages d'infos générales (et dont des éclairages/angles provenant de leurs rédactions/villes sont utiles).

> C'est bien un réseau de compétences et de partage, pas un service, car le changement climatique étant **une problématique systémique. Ce n'est pas une rubrique** mais l'affaire de tous et toutes (économie, agriculture, politique, santé, énergies etc.), des pages d'informations générales jusqu'aux pages locales.

### Comment a-t-on rédigé la charte et sa boîte à outils ?

Elle a été élaborée par un comité de pilotage de 15 journalistes, chefs de service, de rédaction, de région, DD etc. de tout le territoire. Elle a abouti à cette charte en 13 points : 11 qui portent sur l'éditorial et 3 sur l'éco responsabilité de l'entreprise. Elle a été présentée et discutée avec le réseau puis validée par la rédaction en chef, la direction et quatre scientifiques du Giec.

Elle s'accompagne d'une **boîte à outils de 35 pages avec des conseils de traitement, de vocabulaire ; des chiffres clé** pour s'y retrouver, un glossaire mais aussi de nombreuses sources. De nombreuses réunions d'information/discussions ont

été menées dans les différentes rédactions, afin de présenter à tous cette charte, et répondre à leurs questions.

### **Comment monter en compétences sur ces sujets ?**

Ouest-France a déployé une formation Enjeux climatiques en 3 jours (prodiguée par un organisme extérieur). Les 200 membres du réseau ainsi que de la rédaction en chef, les directeurs départementaux et chefs de rédaction ont pu suivre depuis 2 ans. Elle s'ouvre depuis le début de l'année 2025 aux journalistes non-membres du réseau qui souhaitent la suivre.

*A noter que nous ne serons pas parfaits du jour au lendemain, mais que le but de cette charte et de sa boîte à outils sont justement de nous outiller. L'objectif est de se questionner, d'avoir une petite lumière qui s'allume en permanence et que les questions environnementales deviennent un réflexe au quotidien dans nos rédactions.*

### **Projet nouveaux récits janvier – juin 2025 :**

Nous venons d'entrer dans une nouvelle phase de notre démarche : la réflexion sur la manière de traiter ces sujets, en termes de vocabulaire comme d'angles, de formes, de récits. Car informer de la catastrophe ne suffit pas. Il faut porter donner des solutions, certes, mais aussi trouver comment porter de nouveaux récits.

Quel futur veut-on raconter pour qu'il devienne désirable et ne soit pas vécu uniquement comme aller vers moins (de voiture, d'avion, de viande...)? Nous ajouterons le fruit de cette réflexion, sous formes de conseils de traitements avec exemples, à la boîte à outils de notre charte.

# ANNEXE 9 TRAITEMENT DES CRISES ÉCOLOGIQUES SUR LES 12 DERNIERS MOIS (RÉALISÉ LE 1ER MAI). OBSERVATOIRE DES MÉDIAS SUR L'ÉCOLOGIE

## /evolution - global crisis - v2

Choisir la période: Prévius 12 months x Filtre par média: 8 sélectionnés x Vue hebdomadaire / Mensuelle: Mois x



Analyse (novembre 2024):

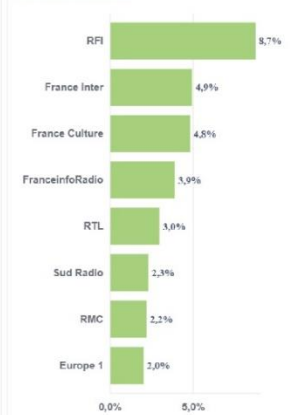
- Depuis le début des mesures par l'Observatoire des médias sur l'écologie, la part de l'information audiovisuelle consacrée à l'environnement fluctue, sans marquer de tendance à la hausse. Elle connaît même une légère baisse depuis le pic de l'été 2023.
- Les pics de couverture sont principalement dus à la couverture saisonnière des événements climatiques et aux actualités politiques telles que les COP.

Attention : les données sur les 10 derniers jours peuvent ne pas être parfaitement consolidées (nouvelles publicités non traitées, etc.)

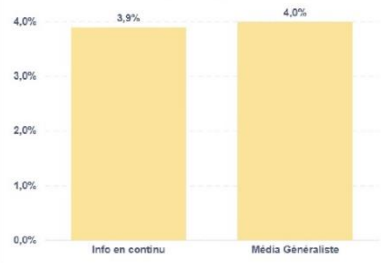
Part des contenus d'information dédiés aux 3 crises environnementales - v2



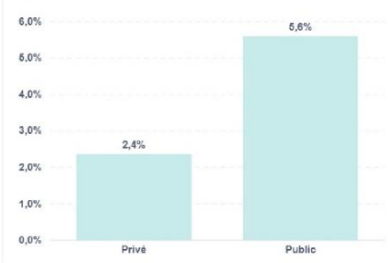
Au sein de chaque média - v2



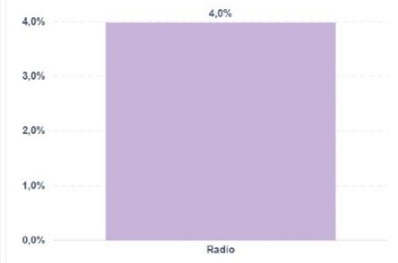
Comparaison : Info en continu et médias généralistes (total environnement) - v2



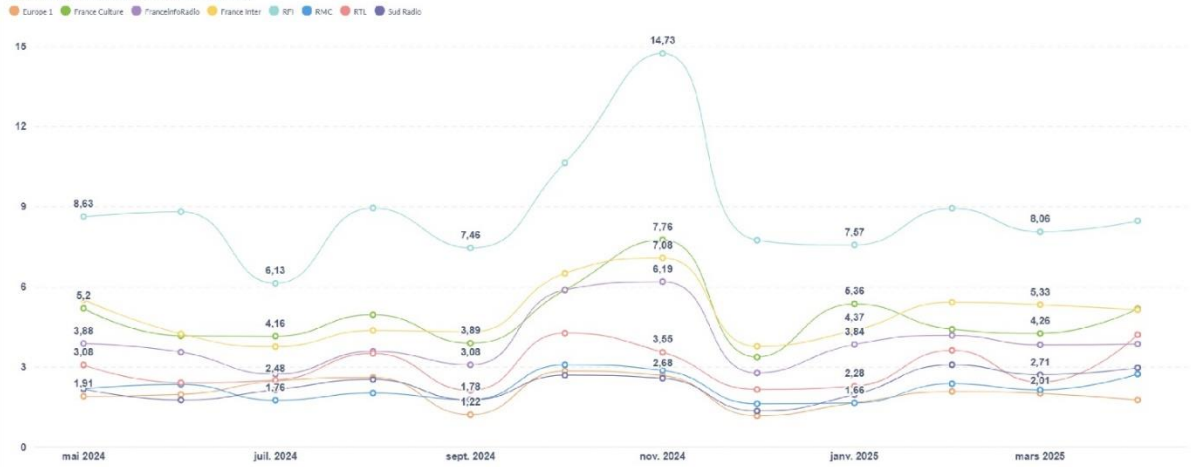
Comparaison : médias privés et publics (total environnement)



Comparaison : Radio et télévision (total environnement) - v2



Part de l'information consacrée aux crises environnementales



## RÉSUMÉ

Ce mémoire analyse l'impact de la *Charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique* dans l'espace journalistique français. Publiée en 2022, la charte vise à améliorer le traitement médiatiques des enjeux liés à la crise climatique et au déclin de la biodiversité en promouvant de nouvelles normes et pratiques journalistiques. Elle est le fruit de l'engagement de journalistes qui se sont saisi de ces enjeux. Le mémoire explore l'impact qu'a pu avoir la charte sur les pratiques journalistiques, l'organisation des rédactions, la position des journalistes de l'environnement et le traitement médiatique réservé à l'écologie. Pour comprendre ces différents processus, ce mémoire s'appuie sur une enquête ethnographique par entretiens auprès de journalistes de l'environnement qui ont participé à la rédaction de la charte ou qui participent aux évolutions qu'elle a engendrées. Le principal apport de cette thèse est liée à la transformation de l'approche des journalistes vis-à-vis des questions écologiques : ces derniers ne dépolitisent plus les enjeux environnementaux mais s'engagent au contraire, conscients du rôle qu'ils ont à joué dans le contexte de crises écologiques. Pour conserver leur légitimité, ils s'appuient alors sur différentes stratégies : imposer les normes qui constituent le fondement de leurs pratiques journalistiques, produire un récit qui rend l'écologie désirable et promouvoir des formats éditoriaux innovants comme le journalisme de solutions.

Mots clés : média, journalisme, écologie, engagement, normes journalistiques